

COMPETENTE VACATURES

Een onderzoek naar de waarde van competenties in vacatureteksten vanuit het perspectief van werkzoekenden



Naam: Marlies Hooites

Studentnummer: 850048406

Faculteit: Managementwetenschappen, Open Universiteit NL

Afstudeerrichting: Strategy and Organization, competentiemanagement

Begeleider: dr. Esther van der Schoot

Examinator: prof. dr. Beatrice I.J.M van der Heijden

Datum: 30 september 2009

Inhoudsopgave

Samenvatting	3
Hoofdstuk 1 Inleiding.....	6
1.1 Aanleiding onderzoek.....	6
1.2 Doel van het onderzoek	7
1.3 Belang van het onderzoek.....	7
1.4 Afbakening van het onderzoek	8
1.5 Hoofd- en deelvragen.....	8
1.6 Opbouw van de scriptie	10
Hoofdstuk 2 Theoretisch kader	11
2.1 Competentiemanagement	11
2.1.1 Voordelen van competentimanagement.....	13
2.1.2 Competentiemanagement op HRM-deelterreinen.....	14
2.1.3 Competentiemanagement en werving en selectie	15
2.2 Competenties	17
2.2.1 Het begrip competentie	17
2.2.2 Ontwikkelbaarheid van competenties	18
2.2.3 Competenties en arbeidstevredenheid	19
2.3 Zelfbeoordeling en beoordeling door anderen.....	20
2.3.1 Stereotyperingen.....	21
2.4 Verschil vacatures in kranten/tijdschriften en internetvacatures	22
Hoofdstuk 3 Methodologie	23
3.1. Beschrijving pensioenbranche	23
3.2 Respondenten	24
3.3 Meetinstrumenten	24
3.3.1 Interviewleidraad	24
3.3.2 Waarnemingsschema vacatureteksten.....	25
3.4 Onderzoeksprocedure.....	26
3.4.1 Verzamelen en selecteren van geschikte vacatureteksten.....	26
3.4.2 Interviews.....	27
3.5 Analyse interviews.....	28
3.6 Betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek	28
Hoofdstuk 4 Resultaten.....	30
4.1 Thema's	30
4.1.1 Thema 1: Het begrip competentie	31
4.1.2 Thema 2: Herkenning van de competenties in de voorgelegde vacatureteksten	31
4.1.3 Thema 3: De aantrekkelijkheid van een vacaturetekst.....	33
4.1.4 Thema 4: Relatie tussen het noemen van competenties en het beeld van de organisatie	37
4.1.5 Thema 5: Keycompetenties.....	38
4.2 Zelfbeeld.....	38

Hoofdstuk 5 Conclusies, discussie en aanbevelingen	40
5.1 Deelvragen en hoofdvraag van het onderzoek.....	40
5.2 Beperkingen van het onderzoek	45
5.3 Aanbevelingen.....	46
Literatuur	48
 Bijlage 1: vacaturetekst pensioenspecialist, Pensioenfonds Horeca & Catering.....	50
Bijlage 2: vacaturetekst relatiebeheerder pensioenen, Aegon	51
Bijlage 3a: Waarnemingsschema bij vacature 1	52
Bijlage 3b: waarnemingsschema bij vacature 2	54
Bijlage 4: Interviewprotocollen	56
Bijlage 5: Codeerschema	116
Bijlage 6: Cijfers Arbeidsmarkt GedragsOnderzoek (AGO) van Intelligence Group.....	122

Samenvatting

Organisaties gebruiken competentie management om zich te profileren op de arbeidsmarkt (Personeelbeleid, 2008, p12). In de Nederlandstalige en Engelstalige literatuur is voornamelijk nog geen informatie te vinden over hoe werkzoekenden met competenties in vacatureteksten omgaan. Dit onderzoek geeft een verkenning over dit onderwerp vanuit het perspectief van werkzoekenden. Het is uitgevoerd onder twintig personen en beperkt zich tot de pensioenbranche (verzekeringsmaatschappijen en pensioenfondsen, bron: CBS). Voor deze branche is gekozen omdat de onderzoeker hierin werkzaam is en daarmee toegang heeft tot een respondentengroep welke vanuit het eigen zakelijke netwerk (collega's en relaties) is benaderd. Daarnaast zijn er vacatures aan de respondenten voorgelegd welke eveneens afkomstig zijn uit de pensioenbranche zodat de vacatures herkenbare begrippen weergeven zoals de gevraagde vakopleidingen.

In Nederland maakt ongeveer 20% van de organisaties gebruik van competentie management (Bekker, Ester, Evers, Gielen, Josten, Kerkhofs, Román, Schippers en De Voogd-Hameling, 2007, Mulder, 2002). Om kandidaten te trekken voor een openstaande vacature maken werkgevers in dertig procent van de gevallen gebruik van advertenties (in 2005)(Bekker e.a., 2007). In vacatureteksten kunnen competenties genoemd worden die een weergave zijn van de betreffende functie. Ideaal gezien zullen deze een afgeleide zijn van het competentieprofiel (Manders, 2001). Dit competentieprofiel is namelijk de weergave van zes tot negen voor functie meest relevante competenties (de keycompetenties)(Van der Heijden, 1999). Hoe werkzoekenden tegen het gebruik van competenties in vacatureteksten aankijken is het voornaamste doel van dit onderzoek. Uit Het Arbeidsmarkt Gedragsonderzoek (AGO) van de Intelligence Group in de periode juni 2005 tot juli 2007 onder 1.275 werknemers in de financiële sector blijkt dat 14,4% via een advertentie aan zijn of haar nieuwe baan gekomen is (zie bijlage 6).

Het onderzoek bestaat uit een literatuurstudie, waarvan de resultaten zijn beschreven in hoofdstuk 2 en twee deelstudies: het verzamelen en selecteren van geschikte vacatureteksten en een interviewronde. In de interviewronde zijn de geselecteerde vacatureteksten voorgelegd aan de respondenten. Over de vacatureteksten zijn vragen gesteld over het gebruik van competenties, naast een aantal algemene vragen over competenties in vacatureteksten. De interviews zijn afgenomen met behulp van een semigestructureerde vragenlijst (zie bijlage 4). Een uitgebreide beschrijving van de methode van onderzoek staat beschreven in hoofdstuk 3. Centraal staat de volgende hoofdvraag:

Bevordert het noemen van competenties in vacatureteksten de bereidheid van (potentieel) werkzoekenden in de pensioenbranche om te solliciteren?

Uit onderzoek blijkt dat informatie over de functie-inhoud en het soort organisatie waarin de functie wordt uitgeoefend de belangrijke elementen van advertentietekst zijn (Deuzeman en Van Vianen, 1996). Ook Rynes, Bretz en Gerhart (1991) noemen de functie-inhoud, naast de reputatie van de werkgever, de voorkeur voor een bepaalde sector en functioneel gebied (bijvoorbeeld marketing, human resources, administratie), de mogelijkheden voor opleidingen en loopbaan en de geografische locatie, als belangrijkste factoren waarom iemand een vacature in eerste instantie interessant vindt. Dit onderzoek richt zich alleen op de competenties die in vacatureteksten gevraagd worden. Door inzicht te verkrijgen in de manier waarop werkzoekenden het gebruik van competenties beoordelen, kunnen

werkgevers competenties gericht inzetten bij hun zoektocht naar de beste kandidaat en zich daarmee beter profileren op de arbeidsmarkt.

De respondenten bleken bekend te zijn met het begrip competentie en waren in staat één of meerdere competenties in de voorgelegde vacatureteksten te herkennen. Daarnaast blijkt uit de geraadpleegde literatuur dat veel werkgevers bekend zijn met het gebruik van competentiemanagement (De Lange e.a. 2008; Mulder 2001). Alle verzamelde vacatures in dit onderzoek bleken competenties te bevatten. Het vragen van keycompetenties kan een goed beeld van de functie geven en benadrukken wat een goede kandidaat in huis moet hebben om de functie op een goed niveau te vervullen. Het vragen van keycompetenties fungeert daarmee als een communicatiemiddel tussen werkgever en werkzoekende. Dit onderzoek is explorierend van aard en de resultaten zijn daarmee indicatief. Verder onderzoek is nodig om de meer generaliseerbare conclusies te trekken.

Of competenties in vacatureteksten de bereidheid van (potentieel) werkzoekenden in de pensioenbranche om te solliciteren bevorderen, is sterk afhankelijk van de manier waarop er met competenties wordt omgegaan. Iets meer dan de helft van de respondenten (55%, 11 respondenten) geeft te kennen dat ze competenties wel in meer of mindere mate leidend vinden bij de zoektocht naar een passende baan. De anderen (45%, 9 respondenten) vinden andere informatie veel belangrijker en dan wordt vooral gedoeld op de inhoud van de functie door bijvoorbeeld het beschrijven van de werkzaamheden. Het gaat er daarbij om dat een compleet beeld van de functie en de organisatie geschetst wordt, waarbij competenties wel een rol spelen.

Om zo goed mogelijk met competenties om te gaan in vacatureteksten, kan een werkgever het beste een eerlijk beeld van de functie schetsen. Daarbij moet de werkgever niet te veel competenties vragen, maar zich richten op de competenties die de functie en de organisatiecultuur bijzonder maken, de zogenaamde keycompetenties van de functie. Deze keycompetenties kunnen dan tegelijk een uitdaging bieden voor de potentiële kandidaten. Door ze onder een kopje te benoemen, zijn ze het beste te herkennen. Het maakt daarbij niet uit of er opgesomd wordt met behulp van punten of dat er een stukje tekst gebruikt wordt.

Een vacature iets mooier voorstellen, hoeft niet echt een probleem te zijn. Uit het onderzoek blijkt dat werkzoekenden daar wel doorheen kunnen prikken, ze gaan er bij voorbaat al vanuit dat een werkgever iets overdrijft in de vacaturetekst. Bovendien kan door het verschil in zelfbeoordeling van een kandidaat en de beoordeling die een ander (leidinggevende of naaste collega) over hem of haar geeft juist een vergelijkbaar beeld geven. Een werkgever moet er wel rekening mee houden dat een werknemer die (licht) ondergekwalificeerd is voor een functie meer tevreden is dan een werknemer die overgekwalificeerd is (Rose, 1994).

Het onderzoek is uitgevoerd op een moment dat de arbeidsmarkt voor pensioenmedewerkers relatief krap was (eind 2008). In een krappe arbeidsmarkt heeft de werkzoekende relatief veel macht en kan zijn oordeel daarom ook kritisch vellen over de vacature. Inmiddels (midden 2009) is de arbeidsmarkt door de economische recessie helemaal omgeslagen. Er is nu sprake van een ruime arbeidsmarkt waar de macht vooral bij de werkgever ligt. Waarschijnlijk zullen werkzoekenden nu veel minder kritisch zijn over de manier waarop een vacature is opgesteld. Bovendien kunnen werkgevers hogere eisen stellen (en daarmee meer competenties vragen) omdat er meer werkzoekenden zijn dan openstaande vacatures. De resultaten van dit onderzoek zijn daarom veel belangrijker in een krappe arbeidsmarkt en hebben minder waarde in een ruime arbeidsmarkt. Toch kan een

goede en prettige vacaturetekst ook een ruime arbeidsmarkt van dienst zijn. Als de meest geschikte kandidaten worden aangetrokken en tegelijkertijd de minst geschikte kandidaten worden afgestoten kan het wervingsproces zo efficiënt mogelijk plaatsvinden. Dit helpt een werkgever ook om zich op een zo goed mogelijke manier te profileren op de arbeidsmarkt.

Het betreft hier een exploratief onderzoek met een onderzoekspopulatie van twintig personen. Deze groep is te klein om de onderzoeksresultaten te kunnen generaliseren. De onderzoeksresultaten geven dan ook slechts een indicatie. Bovendien kon er niet na worden gegaan of de onderzoekspopulatie de juiste afspiegeling was van medewerkers in de onderzochte pensioenbranche, omdat cijfers hiervan niet te achterhalen waren. Om de externe validiteit te verhogen, is een groter onderzoek nodig.

Hoofdstuk 1 Inleiding

Dit inleidende hoofdstuk start met de aanleiding van dit onderzoek. Daarna worden het doel van het onderzoek en het belang van het onderzoek beschreven. Vervolgens wordt er aangegeven welke afbakening er is in de terminologie van het begrip competentie en in de onderzoekspopulatie. Dan komt de hoofdvraag met de bijbehorende deelvragen aan bod. In de laatste paragraaf volgt de opbouw van de scriptie.

1.1 Aanleiding onderzoek

Organisaties gebruiken competentie management om zich te profileren op de arbeidsmarkt (Personeelbeleid, 2008, p12). In de Nederlandstalige en Engelstalige literatuur is voornamelijk nog geen informatie te vinden over hoe werkzoekenden met competenties in vacatureteksten omgaan. Dit onderzoek geeft een verkenning over dit onderwerp vanuit het perspectief van werkzoekenden.

Effectieve recruitmentactiviteiten dragen bij aan de juiste persoon op de juiste plaats. Het speelt een belangrijke rol bij een goede personeelsplanning en is gericht op het adequaat sturen van personeelsstromen: in, door en uit de organisatie. Het realiseren van een optimale personeelsbezetting is nodig voor het verwezenlijken van de doelen en de strategie van een organisatie (Kluijtmans, 1993). Optimaal heeft enerzijds betrekking op de aantallen (kwantitatief: niet te veel, maar ook niet te weinig), anderzijds ook op de kwaliteiten van personeel (kwalitatief: kennis, vaardigheden en competenties) (Kluijtmans, 1993). Werkgevers kunnen kiezen om de benodigde competenties binnen de organisatie te ontwikkelen bij hun eigen medewerkers of deze in te kopen door een nieuwe medewerker aan te nemen of tijdelijk in te huren. Boxall en Purcell (2003, p 121-124) noemen dit de keuze de keuze tussen 'make or buy'. Deze keuze hangt af van het type functie dat vacant is. Functies welke organisatiespecifieke vaardigheden vereisen (veelal hogere managementfuncties en specialistische functies) kunnen volgens Boxall en Purcell (2003) het beste binnen de eigen organisatie ontwikkeld worden. Functies met specialistische, maar algemene vaardigheden kunnen beter worden ingekocht. Tijdelijk inhuren is efficiënter als de specifieke kennis en vaardigheden slechts voor een korte duur nodig zijn.

In Nederland maakt ongeveer 20% van de organisaties gebruik van competentie management (Bekker, Ester, Evers, Gielen, Josten, Kerkhofs, Román, Schippers en De Voogd-Hameling 2007, Mulder, 2002). Uit onderzoek van de Organisatie voor Strategisch Arbeidsmarktonderzoek (Universiteit van Tilburg), gehouden in 2005 en het voorjaar van 2006 onder 2140 organisaties, komt naar voren dat 72% van die organisaties dit doet voor werving- en selectiedoeleinden (Bekker e.a., 2007). Mulder (2002) geeft slechts een top 5 aan van gebieden waarvoor competentie management wordt gebruikt. Selectie staat daarbij op een vierde plaats (zie verder hoofdstuk 2, paragraaf 1.1).

Om kandidaten te trekken voor een openstaande vacature maken werkgevers gebruik van commerciële wervingsbureaus (3% in 2005), relaties (12% in 2005), het CWI (13% in 2005), uitzendbureaus (14% in 2005), internet (17% in 2005), scholen/stages (18% in 2005), open sollicitaties (24% in 2005), eigen personeel (25% in 2005) en advertenties (30% in 2005) (Bekker e.a., 2007). Dit onderzoek richt zich op deze laatste: de advertenties die werkgevers plaatsen om kandidaten aan te trekken voor een vacature. In vacatureteksten kunnen competenties genoemd worden die een weergave zijn van de betreffende functie.

Ideaal gezien zullen deze een afgeleide zijn van het competentieprofiel (Manders, 2001). Dit competentieprofiel is namelijk de weergave van zes tot negen voor functie meest relevante competenties (Van der Heijden, 1999). Door het noemen van competenties in de vacaturetekst geeft de werkgever werkzoekenden informatie over de functie. Hoe werkzoekenden tegen het gebruik van competenties in vacatureteksten aankijken is het voornaamste doel van dit onderzoek. Uit het Arbeidsmarkt Gedragsonderzoek (AGO) van de Intelligence Group in de periode juni 2005 tot juli 2007 onder 1.275 werknemers in de financiële sector blijkt dat 14,4% via een advertentie aan zijn of haar nieuwe baan gekomen is (zie bijlage 6).

1.2 Doel van het onderzoek

Het doel van het onderzoek is te achterhalen hoe er door (potentieel) werkzoekenden wordt gedacht over het gebruik van competenties in vacatureteksten. Door inzicht te verkrijgen in de manier waarop werkzoekenden het gebruik van competenties beoordelen, kunnen werkgevers competenties gerichter inzetten bij hun zoektocht naar de beste kandidaat. Er is divers onderzoek in Nederland en internationaal gedaan naar het gebruik van competentie management. In hoofdstuk twee worden een aantal Nederlandse onderzoeken beschreven. Deze onderzoeken vertrekken vanuit het perspectief van de werkgevers; leidinggevend, P&O-afdelingen, OR-leden en directeuren/eigenaren fungeren in de onderzoeken als respondenten (De Lange, Beks, de Bree, Broijl, Fahrenfort, Hermans en de Jong, 2008; Mulder, 2002,). Ook internationale onderzoeken hebben nog weinig informatie gegenereerd over het hoe en waarom kandidaten hun nieuwe baan zoeken (Taylor en Collins, 2000). Dit onderzoek is een verkenning vanuit het perspectief van de werkzoekende.

1.3 Belang van het onderzoek

Voor het onderzoek is gekozen voor een exploratief onderzoek omdat er weinig kennis is over hoe werkzoekenden kijken naar het gebruik van competenties in vacatureteksten. Een belangrijk kenmerk van kwalitatief onderzoek is dat de nadruk ligt op het begrijpen van individuele mensen (Baarda, De Goede en Teunissen, 2005) en daar gaat het in dit onderzoek om. Het onderzoek bestaat uit een literatuurstudie, waarvan de resultaten zijn beschreven in hoofdstuk 2 en twee deelstudies namelijk het verzamelen en selecteren van geschikte vacatureteksten en een interviewronde. In de interviewronde zijn de geselecteerde vacatureteksten voorgelegd aan de respondenten. Over de vacatureteksten zijn vragen gesteld, naast een aantal algemene vragen over het gebruik van competenties in vacatureteksten. De interviews zijn afgenomen met behulp van een semigestructureerde vragenlijst (zie bijlage 4). Een uitgebreide beschrijving van de methode van onderzoek staat beschreven in hoofdstuk 3.

Competentie management werkt als een heldere, gemeenschappelijke taal en werkt als referentiekader voor manager en medewerker (Kampermann en Korsten, 2007). Met behulp van competenties kunnen werkgevers in een vacaturetekst een beeld schetsen van de betreffende functie voor de werkzoekende. Door competenties te vragen, kunnen werkzoekenden begrijpen wat belangrijk is voor de functie. Dit onderzoek is gedaan om een verkenning te geven van hoe werkzoekenden het gebruik van competenties in

vacatureteksten beoordelen. Met deze informatie kunnen werkgevers competenties gerichter inzetten om de meest passende kandidaten aan te trekken voor hun vacature. Volgens Edwin Bronts, voorzitter van Nederlandse Vereniging voor Personeelsmanagement & Organisatieontwikkeling (NVP) gebruiken organisaties competenties om zich te profileren op de arbeidsmarkt (Personeelbeleid, oktober 2008, p12). De resultaten van dit onderzoek kunnen helpen om die profilering te verbeteren door rekening te houden met hoe werkzoekenden het gebruik van competenties in vacatureteksten beoordelen.

1.4 Afbakening van het onderzoek

Competenties kunnen op verschillende niveaus gedefinieerd worden. Diverse auteurs maken het onderscheid tussen kerncompetenties van een organisatie, competenties van een organisatie/groep en competenties van een individu (Mulder 2001; Van Sluijs en Kluijtmans, 1996; Twisk, Singerling en Steenhorst, 1997). Dit onderzoek verkent de mening van potentieel werkzoekenden over de competenties die werkgevers vragen in hun vacatureteksten. Het gaat daarbij dus om de competenties van een individu.

Het onderzoek beperkt zich tot de pensioenbranche. De pensioenbranche omvat verzekeringsmaatschappijen en pensioenfondsen (bron: CBS). In hoofdstuk drie volgt een uitgebreidere beschrijving van de pensioenbranche. Voor deze branche is gekozen omdat de onderzoeker hierin werkzaam is en daarmee toegang heeft tot een respondentengroep welke vanuit het eigen zakelijke netwerk (collega's en relaties) is benaderd. Daarnaast zijn er vacatures aan de respondenten voorgelegd welke eveneens afkomstig zijn uit de pensioenbranche zodat de vacatures herkenbare begrippen weergeven zoals de gevraagde vakopleidingen. Deze afbakening is gedaan zodat er uitspraken gedaan kunnen worden over alleen deze groep, wat zorgt voor interne validiteit van het onderzoek. De ondervraagde groep omvat twintig respondenten. Als deze in verschillende sectoren werkzaam zouden zijn, zijn zinnige uitspraken niet mogelijk (Verschuren en Doorewaard, p139)

1.5 Hoofd- en deelvragen

Deze scriptie beoogt antwoord te geven op de volgende hoofdvraag:

Bevordert het noemen van competenties in vacatureteksten de bereidheid van (potentieel) werkzoekenden in de pensioenbranche om te solliciteren?

Uit onderzoek blijkt dat informatie over de functie-inhoud en het soort organisatie waarin de functie wordt uitgeoefend de belangrijke elementen van advertentietekst zijn (Deuzeman en Van Vianen, 1996). Ook Rynes, Bretz en Gerhart (1991) noemen de functie-inhoud, naast de reputatie van de werkgever, de voorkeur voor een bepaalde sector en functioneel gebied (bijvoorbeeld marketing, human resources, administratie), de mogelijkheden voor opleidingen en loopbaan en de geografische locatie, als belangrijkste factoren waarom iemand een vacature in eerste instantie interessant vindt. Dit onderzoek richt zich alleen op de competenties die in vacatureteksten gevraagd worden. Door inzicht te verkrijgen in de manier waarop werkzoekenden het gebruik van competenties beoordelen, kunnen werkgevers competenties gerichter inzetten bij hun zoektocht naar de beste kandidaat en

daarmee beter profileren op de arbeidsmarkt. Verschillende aspecten spelen een rol, welke naar voren komen in de volgende deelvragen:

1. Herkennen werkzoekenden competenties in vacatureteksten?

Het noemen van competenties in vacatureteksten kan de bereidheid om te solliciteren alleen bevorderen als een werkzoekende de competenties ook als zodanig herkent.

2. Hoe kan het gebruik van competenties vacatureteksten aantrekkelijk maken?

Als competenties een vacaturetekst aantrekkelijk maken voor een werkzoekende, dan is het gebruik ervan een meerwaarde voor de werkgever. In dit onderzoek is gekeken naar de aspecten die de respondenten noemen waardoor zij een vacaturetekst als prettig en dus aantrekkelijk ervaren. Een belangrijk doel van een vacaturetekst voor de werkgever is het aantrekken van sollicitanten. Door te onderzoeken wat de respondenten daarin wel en niet aanspreekt, kan de aantrekkelijkheid en aantrekkingskracht bevorderd worden. Welke rol de competenties hierbij spelen, geeft daarmee voor een deel een antwoord op de hierboven genoemde hoofdvraag. Door met behulp van competenties voor een werkzoekende het juiste beeld van de functie te schetsen, kunnen werkzoekenden een inschatting maken of de vacature voor hen interessant is. Door de juist gekwalificeerde kandidaat te selecteren wordt voorkomen dat iemand onder of boven zijn niveau aan het werk gaat. Dit heeft invloed op de mate van arbeidstevredenheid (Rose, 1994). Dit wordt verder beschreven in hoofdstuk 2, paragraaf 2.3)

3. Hebben werkzoekenden een expliciet beeld van hun eigen competenties?

Werkzoekenden hebben een bepaald zelfbeeld. Met dit zelfbeeld zullen zij (mogelijk) een inschatting maken van het niveau van de gevraagde competenties. In dit onderzoek hebben respondenten aangegeven waar zij op letten bij de beoordeling van de gevraagde competenties in vergelijking met hun eigen competenties. In de literatuurstudie (hoofdstuk 2, paragraaf 4) is gekeken naar hoe mensen zichzelf en anderen beoordelen. De combinatie van de antwoorden van de respondenten en de literatuur geven informatie voor deze deelvraag.

4. Wat is de relatie tussen het noemen van competenties en het beeld dat dit schetst van een organisatie?

Het is de vraag of het noemen van competenties het beeld van een organisatie verbetert of dat het mogelijk een omgekeerd effect heeft. Dit zal afhangen van de manier waarop organisaties met competenties omgaan. Bij een positief beeld zal de werkzoekende eerder bereid zijn te solliciteren naar de vacature dan wanneer hij/zij een negatief gevoel heeft. In het laatste geval kan het kandidaten mogelijk zelfs afstoten. Bij de beeldvorming van een organisatie aan de hand van een vacaturetekst spelen vele factoren een rol (zoals dat sollicitanten hun doelen vergelijken met de organisatiedoelen, Schneider, 1987). Daarnaast spelen economische factoren een rol bij het wel of niet reageren op een vacature. Deze factoren zijn bij dit onderzoek buiten beschouwing gelaten. Er is alleen onderzoek gedaan naar de rol die competenties als component van een vacaturetekst spelen.

5. Ziet de werkzoekende de genoemde competenties als de keycompetenties van de functie?

Met keycompetenties wordt in deze deelvraag bedoeld dat juist deze competenties de vacante functie en/of organisatie een onderscheidend vermogen meegeven. Dit in tegenstelling tot algemene competenties die bij veel functies en organisaties voorkomen. Door het noemen van keycompetenties beperkt de werkgever zich tot de belangrijkste competenties van een functie, zoals deze ook terug te vinden zijn in het competentieprofiel

van de functie Volgens Van der Heijden (1999) zijn dit de zes tot negen meest relevante competenties van de functie.

1.6 Opbouw van de scriptie

In het volgende hoofdstuk wordt een beschrijving gegeven van het theoretisch kader van dit onderzoek. Er wordt een beschrijving gegeven van een aantal onderzoeken met betrekking tot het gebruik van competentienmanagement in Nederland sinds de jaren negentig. Verder wordt er uitgebreid ingegaan op het begrip 'competenties', de mogelijke ontwikkelbaarheid van competenties en relatie met arbeidstevredenheid. Daarna wordt er ingegaan op zelfbeoordelingen en als laatste wordt het gebruik van competentienmanagement bij werving en selectie beschreven. In hoofdstuk drie worden de methoden van onderzoek beschreven. Er wordt ingegaan op de onderzoeksopzet en de analysemethodiek. In hoofdstuk vier komen de resultaten aan bod. Het laatste hoofdstuk geeft de conclusies van het onderzoek. De beperkingen ervan komen naar voren en er worden aanbevelingen gedaan voor toekomstig onderzoek.

Hoofdstuk 2 Theoretisch kader

In dit hoofdstuk wordt de theoretische achtergrond van de onderzoeksvragen geschetst. Als eerste wordt aandacht besteed aan het concept competentie management. Omdat dit onderzoek is uitgevoerd onder Nederlandse werknemers, worden hier twee grote Nederlandse onderzoeken aangehaald om het gebruik van competentie management te illustreren. Daarbij wordt ingegaan op het gebruik van competentie management in de onderzochte branche, de pensioenbranche. De voordelen van het gebruik van competentie management komen aan bod. Daarna wordt aangegeven op welke deelterreinen van HRM (Human Resources Management) er gebruik gemaakt wordt van competentie management om een indruk te geven in welke mate organisaties hiervan gebruik maken bij werving en selectie ten opzichte van andere deelterreinen. In de paragraaf erna wordt op het gebruik van competentie management bij werving en selectie ingegaan.

Na het concept competentie management komt het begrip competentie aan bod. Om een overzicht te geven van de diversiteit van dit begrip worden verschillende definities beschreven. Er wordt een keuze gemaakt voor een bepaalde definitie welke het meest bruikbaar is bij dit onderzoek. Er wordt ook ingegaan op de ontwikkelbaarheid van competenties en welke rol ontwikkelbare en niet ontwikkelbare competenties kunnen spelen in vacatureteksten. Verder wordt de relatie gelegd tussen het begrip arbeidstevredenheid en in hoeverre een nieuwe medewerker het beste over competenties kan beschikken op het moment van indiensttreding.

In de derde paragraaf worden een aantal theorieën besproken welke van invloed zijn bij zelfbeoordeling en beoordeling door anderen. Deze theorieën helpen om een beeld te krijgen van de manier waarop werkgevers en werkzoekenden naar de vacatureteksten kijken en hoe de werkzoekende zichzelf daarbij inschat. In de laatste paragraaf wordt een beeld geschetst van het verschil in het uiterlijk van vacatures op het internet en in kranten, tijdschriften en vakbladen.

2.1 Competentie management

Het concept competentie management is terug te voeren op McClelland (1973) die op zoek was naar betere methoden voor het selecteren van managers. Zijn benaderingswijze was om lijsten op te stellen van 'competenties' waarmee succesvolle managers zich onderscheiden van minder succesvolle. Daar werden de kandidaten op getest (De Lange e.a. 2008). Sinds de publicatie van Prahalad en Hamel (1990) over het strategische belang van kerncompetenties heeft competentie management een vlucht genomen. Kerncompetenties geven een onderneming onderscheidend vermogen en daarmee kan deze een concurrentievoordeel behalen. Kerncompetenties komen uit een unieke combinatie van kennis, vaardigheden, structuren, technologieën en processen waarmee een organisatie een dienst of product kan leveren dat door geen enkele andere organisatie op dezelfde wijze op een bepaald moment in tijd kan worden gerealiseerd (De Lange e.a. 2008). In de jaren negentig trad er een toename van de concurrentie op mede veroorzaakt door de globalisering in die tijd. Concurrenieren op prijs met de Aziatische markt was niet mogelijk. Hierdoor werden organisaties gedwongen slagvaardiger te werk te gaan. Hierdoor vroeg men zich af waarmee

men zich wel kon onderscheiden. Hierdoor ontstond de populariteit voor competentie management in de jaren negentig (De Lange e.a. 2008).

Grootschalig onderzoek naar het gebruik van competentie management in Nederlandse organisaties is schaars (De Lange e.a. 2008). Twee grote onderzoeken zijn die van Mulder (2002) en het onderzoek van Bekker e.a. (2007) van de Organisatie voor Strategisch Arbeidsmarktonderzoek (OSA) van Universiteit van Tilburg en de Universiteit Utrecht. Het onderzoek van Mulder is descriptief en exploratief. Hij heeft gebruik gemaakt van diverse onderzoeksmethoden: een vooronderzoek onder tachtig organisaties, telefonisch onderzoek onder 35 P&O directeurs, een schriftelijke vragenlijst (gevolgd door telefonische interviews) onder 130 opleidingsmanagers, zes casestudies en een survey onder 606 organisaties. Het onderzoek heeft meer dan vier jaar geduurd. Het onderzoek van Bekker e.a. is een algemener onderzoek waar competentie management relatief een klein onderdeel van uitmaakt. Het betreft het trendrapport naar de vraag naar arbeid welke is uitgevoerd onder 2140 organisaties in het najaar van 2005 en het voorjaar van 2006. Het heeft in het Nederlandse bedrijfsleven onderzocht hoe er gekeken wordt naar een aantal terreinen als personeelsbestand, arbeidsvoorwaarden, personeelsbeleid, scholingsactiviteiten, arbeidsomstandigheden, ziekteverzuim en Research & Development. Elke twee jaar wordt dit onderzoek uitgevoerd onder het OSA-Arbeidsvraagpanel, welke in 1989 is benaderd en bestaat uit een breed scala van organisaties, zoals handelsondernemingen, industriële bedrijven, onderwijsinstellingen, overheidsinstanties, zorg- en welzijnsinstellingen etc. Als vervolg op de eerste meting zijn elke twee jaar organisaties opnieuw geëvalueerd.

In Mulders onderzoek (2002) maakt 22% van de onderzochte organisaties gebruik van competentie management. Het onderzoek van de Organisatie voor Strategisch Onderzoek (OSA) van Bekker e.a. (2007) komt uit op 19%. Uit dit laatste onderzoek blijkt dat competentie management het meest wordt toegepast in overheids- en onderwijsinstellingen (48% en 42%). De introductie is hier vaak het gevolg geweest van Cao-afspraken. In het bedrijfsleven wordt er veel minder gebruik gemaakt van competentie management. Bij de verschillende onderzochte sectoren komen de onderzoekers uit op percentages tussen de tien en veertien procent. Alleen de sector zakelijke dienstverlening steekt hier met 27% boven uit. Hierbij valt op dat het vooral de grotere bedrijven zijn. Hoe groter de organisatie, hoe meer er gebruik gemaakt wordt van competentie management, zie tabel 1 op de volgende pagina. De pensioenbranche (pensioenverzekeraars en pensioenfondsen) valt in het overzicht van Bekker e.a. in de sector zakelijke dienstverlening, waar dus relatief veel gebruik wordt gemaakt van competentie management. Daarnaast zijn verzekeraars (zeker als ze pensioenverzekeringen aanbieden) veelal organisaties met meer dan 500 medewerkers (bijvoorbeeld Aegon: 31.000 medewerkers waarvan een deel buiten Nederland: www.aegon.nl) en Delta Lloyd: 6.500 medewerkers (www.deltalloyd.nl). Pensioenfondsen, waarvan er in Nederland 656 zijn, verschillen sterk in omvang. In hoofdstuk drie volgt een uitgebreidere beschrijving van de pensioenbranche. In hoeverre de pensioenbranche gebruik maakt van competentie management is uit deze gegevens moeilijk te herleiden. Aannemelijk is dat de meeste grote organisaties er wel gebruik van zullen maken, maar vele kleinere pensioenfondsen mogelijk niet.

Tabel 1: Aandeel organisaties dat gebruik maakt van competentie management (CM) naar sector en grootte (najaar 2005, in % organisaties)

Sector	CM	Aantal werknemers	CM
Industrie en landbouw	11%	5-9 werknemers	11%
Bouwnijverheid	10%	10-19 werknemers	17%
Handel, horeca en reparatie	14%	20-49 werknemers	30%
Transport	13%	50-99 werknemers	35%
Zakelijke dienstverlening	27%	100-499 werknemers	41%
Zorg en welzijn	25%	500> werknemers	46%
Overige dienstverlening	23%		
Overheid	48%		
Onderwijs	42%		
Totale economie	19%		

Bron: Bekker e.a. p106

2.1.1 Voordelen van competentie management

Van Sluijs en Kluijtmans (1996) geven aan dat het werken met competenties een paar belangrijke voordelen heeft. Het meest belangrijke is volgens hen dat het de potentie heeft om het HRM-beleid een meer strategisch karakter te geven. Bovendien biedt competentie management de mogelijkheid om een grotere interne consistentie te realiseren in het HRM-beleid binnen de verschillende HRM activiteiten.

Competentie management werkt als een heldere, gemeenschappelijke taal en werkt als referentiekader voor manager en medewerker (Kampermann en Korsten, 2007). De auteurs geven aan dat het in-, door- en uitstroommodel verandert door het gebruik van competenties. Niet mensen worden geworven, maar competenties en deze worden verder ontwikkeld in de organisatie. Een aantal van de onderzochte gemeenten vindt dit het belangrijkste succes van competentie management. Door competentie management als een gemeenschappelijke taal te zien die door werkgever en werkzoekende begrepen wordt, is het vragen van competenties in een vacaturetekst daar een goede uitwerking van. Overigens blijkt uit het onderzoek van Bekker e.a. (2007) dat het gebruik van competentie management vrijwel altijd meer voor leidinggevenden wordt toegepast dan voor uitvoerende medewerkers. Gezien de doeleinden waarvoor competentie management wordt ingezet, namelijk beoordeling, opleiding en scholing en loopbaanontwikkeling is dit ook niet verwonderlijk. Leidinggevenden hebben met deze aspecten veel meer te maken dan de meeste uitvoerende medewerkers (Bekker e.a., 2007). P&O-ers die het meest getraind zijn op het gebruik van competentie management zijn ook het meest tevreden over het gebruik van competentie management. Zij vinden dat het 'het cement vormt tussen de diverse personeelsinstrumenten'. Leidinggevenden en medewerkers zijn vaak minder enthousiast, vooral medewerkers 'weten vaak niet waar het over gaat' (Van Sluijs en Kluijtmans, 1996).

2.1.2 Competentiemanagement op HRM-deelterreinen

Het onderzoek van de Organisatie voor Strategisch Onderzoek (OSA) van Bekker e.a. (2007) onder 2140 organisaties heeft metingen gedaan naar het gebruik van competentienmanagement op de verschillende deelterreinen van Human Resources Management (HRM). Van deze organisatie maakt 72% gebruik van competentienmanagement voor werving en selectie. Uit tabel 2 op de hieronder blijkt dat dit deelterrein daarmee op de vierde plaats staat voor het gebruik van competentienmanagement op de vijf genoemde deelterreinen. Alleen voor beloning maken minder organisaties gebruik van competentienmanagement. Werving en selectie is voor organisaties niet het belangrijkste deelterrein voor het gebruik van competentienmanagement.

Tabel 2: gebruik van competentienmanagement naar deelterreinen van HRM

Deelterrein	Percentage
Werving en selectie	72%
Beoordeling	90%
Loopbaanontwikkeling en mobiliteit	79%
Opleiding en ontwikkeling	85%
Beloning	55%

Bron: Bekker e.a. 2007, p.16

Ook uit de top 5 van Mulder (2002) blijkt werving en selectie niet het belangrijkste deelterrein te zijn. Er wordt zelfs alleen gesproken over selectie, welke de vierde plaats krijgt toebedeeld. In hoeverre er voor werving gebruik gemaakt wordt van competentienmanagement is zelfs helemaal niet duidelijk. De respondenten van Mulder gaven wel aan dat zij het competentiegericht werken belangrijk of zelfs zeer belangrijk vinden. Slechts één respondent vond dit noch onbelangrijk, noch belangrijk. Mulder (2002) schrijft in zijn besluit dat de toegevoegde waarde volgens hem vooral in de beoordelingspraktijk ligt en daarmee het functioneren van medewerkers kan verbeteren, de motivatie vergroot en dat het kan bijdragen aan het vergroten van de medewerkerstevredenheid.

Tabel 3: Top 5 gebruik deelterreinen HRM

	Deelterrein HRM
1.	Ontwikkeling van de medewerkers
2.	Beoordeling
3.	Opleiding
4.	Selectie
5.	Beloning

Bron: Mulder, 2002

Van Sluijs en Kluijtmans (1996) citeren in hun artikel de top 3 van 2004¹ van het gebruik van competentienmanagement op een viertal HRM-deelterreinen. Tabel 4 geeft de percentages uit een tweetal onderzoeken. De eerste kolom komt uit het onderzoek van

¹ Het gebruikte artikel is een nieuwe versie van het origineel uit 1996.

Kluwer met 147 deelnemende organisaties (Jaarboek Personeelsmanagement, 2004). Ongeveer de helft van de organisaties uit dit onderzoek werkte met competentie management. Werving en selectie is hier juist het belangrijkste deelterrein voor het gebruik van competentie management. De tweede kolom geeft de uitkomsten van het onderzoek van het vakblad PW onder 252 organisaties, welke allemaal competentie management inzetten. Het onderzoek is uitgevoerd in samenwerking met de Universiteit van Tilburg, Van den Broek en Partners en het Studiecentrum voor Bedrijf en Overheid (Van Sluijs en Kluijtmans, 1996).

Tabel 4: Gebruik competentie management

Deelterrein	Percentage	Percentage
Werving en selectie	78%	77%
Scholing en training	72%	
Beoordeling	71%	89%
Loopbaanontwikkeling		86%
	Kluwer(2004)	Vakblad PW

Bron: Kluijtmans en Van Sluijs, 1996

Uit deze vier onderzoeken blijkt dat in de periode 2000 tot 2005 van de organisaties die competentie management als instrument inzet, werving en selectie weliswaar niet het belangrijkste deelterrein is, maar wel door het merendeel van onderzochte organisaties gebruikt te worden. Veel organisaties zullen daarmee ook gebruik maken van competenties in vacatureteksten. Dit maakt het interessant om te onderzoeken hoe potentieel werkzoekenden naar deze gevraagde competenties kijken en hoe werkgevers, gezien de mening van de werkzoekenden, competenties gericht kunnen inzetten bij hun zoektocht naar de meest geschikte kandidaat voor de vacante functie.

2.1.3 Competentie management en werving en selectie

Uit de onderzoeken uit de vorige paragraaf bleek een substantieel van de organisatie in Nederland die werken met competentie management dit ook te doen voor werving en selectiedoeleinden (Bekker e.a., 2007; Mulder, 2001; Van Sluijs en Kluijtmans, 1996). In deze paragraaf worden een aantal definities gegeven om de context van dit onderzoek in de literatuur te verduidelijken en aan te geven welke wetenschappelijke publicaties er zijn over werving en selectie en het gebruik van advertenties. Er wordt ingegaan op de relatie met competentie management voor zover hier resultaten van zijn.

Een ander woord voor werving en selectie welke veelal in de Engelstalige literatuur wordt gebruikt is de term recruitment. Barber (1998, p5) definieert recruitment als volgt: *“De organisatorische activiteiten en beslissingen die het aantal of type individuen die op een vacature willen solliciteren of deze aanvaarden beïnvloeden met als primair doel het identificeren en aantrekken van potentiële werknemers.”*

Barber (1998) geeft bij haar definiëring een aantal fasen weer waarbij de eerste voor dit onderzoek van belang is. In deze fase worden de sollicitanten gedefinieerd en aangetrokken. Kenmerkend bij deze fase zijn screening, het feit dat er weinig informatie beschikbaar is en dat er (nog) weinig inter-persoonlijk contact is. Het eerste deel van de definitie van Barber (1998) geeft aan dat het om de organisatorische activiteiten gaat. Barber (1998) richt zich

dan ook op de werkgeverskant waarbij de aandacht vooral uitgaat naar de fasen na het publiceren van de vacaturetekst. Dit onderzoek dateert echter van 1998; echter ook nu is zeer weinig empirisch onderzoek gedaan naar de eerste fase; het aantrekken van kandidaten door middel van vacatureteksten. In relatie tot competentie management is hiervan geen wetenschappelijke publicatie gevonden. De onderzoeken van Belt en Paullilo (1982) en Mason en Belt (1986), welke Barber (1998) beschrijft, geven wel resultaten over welk soort advertenties de beste sollicitanten opleveren. Advertenties met meer specifieke beschrijvingen voor wat betreft de functie en de benodigde kwalificaties bleken namelijk minder, maar kwalitatief betere sollicitanten op te leveren. Barber en Roehling (1993) (Barber, 1998) concludeerden in hun onderzoek dat sollicitanten advertenties met weinig informatie het minst aantrekkelijk vinden. Als een functie minder aantrekkelijk is, zijn werkgevers geneigd ze aantrekkelijker te maken om meer respons te genereren (Rynes en Barber, 1990). De functie wordt dan minder realistisch gepresenteerd. Meestal worden hiervoor kenmerken als salaris en secundaire arbeidsvoorwaarden gebruikt. Rynes en Barber (1990) geven echter aan dat kenmerken van de functie zelf (de zogenaamde intrinsieke voorwaarden) voor de meeste sollicitanten belangrijker zijn dan extrinsieke voorwaarden als salaris en secundaire arbeidsvoorwaarden.

Mitrani, Dalziel en Fitt (1992, p 68) geven een omschrijving van het doel van het gebruik van competenties in advertentieteksten: "Het geeft potentiële sollicitanten nauwkeurige informatie over de functie en de benodigde competenties. Zij kunnen hiermee beoordelen of dit overeenkomt met hun eigen competenties". Zij richten zich met deze omschrijving wel op de werkzoekendenkant. Ook het onderzoek van Gatewood, Gowan en Lauterschlager (1993) richt zich in zijn onderzoek al meer op de werkzoekenden. Gatewood et al (1993, p. 414) omschrijft het baankeuzeproces als volgt: "het baankeuzeproces wordt gekenmerkt door series van keuzes voor welke banen en organisaties een sollicitant kiest. Het begint met een evaluatie van de informatie uit recruitmentbronnen, mediaberichten en vrienden. Deze keuzes beïnvloeden alle volgende keuze alternatieven en de uitkomst van het zoekproces". Beide artikelen geven geen resultaten met betrekking tot de mening van werkzoekenden en hoe zij vacatureteksten beoordelen.

In het onderzoek van De Lange, Beks, De Bree, Broijl, Fahrenfort, Hermans en de Jong (2008) geeft tweederde van de ondervraagden aan dat door de invoering van competentie management veranderingen bij werving en selectie hebben plaatsgevonden. Uit bijna alle antwoorden is naar voren gekomen dat de effectiviteit is toegenomen. Door het gebruik van competentie management kon men beter selecteren, wat tot minder verloop heeft geleid. De ondervraagden gaven echter ook aan dat er ook andere factoren een rol spelen, zoals dat het verloop afhankelijk is van de conjunctuur en dat er andere veranderingen in de organisatie hebben plaatsgevonden zoals het opstarten van een CV bank. Bovendien zijn er geen statische gegevens beschikbaar om de toe- of afname van de effectiviteit te onderbouwen. De belangrijkste conclusie van De Lange e.a. (2008) is dat er door de invoering van competentie management een andere 'type' sollicitant is gekomen omdat er naast het taakelement nadrukkelijk op competenties wordt geworven.

Deze paragraaf geeft aan dat er voor de werkgever voordelen zijn om competentie management te gebruiken in een vacaturetekst. De Lange e.a. (2008) concluderen dat de werving en selectie effectiever is doordat er een ander 'type' sollicitant geworven wordt. Barber (1998) beschrijft dat advertenties met meer specifieke beschrijvingen voor wat betreft de functie en de benodigde kwalificaties minder, maar kwalitatief betere sollicitanten opleveren. Competenties kunnen voor een belangrijk deel die

specifieke beschrijving zijn, zeker omdat het potentiële sollicitanten nauwkeurige informatie geeft over de functie (Gatewood et al, 1993). Dit laatste bepaalt dus mede de aantrekkelijkheid voor werkzoekenden en geeft daarmee voor een deel het antwoord op de tweede deelvraag.

2.2 Competenties

In deze paragraaf wordt een beschrijving gegeven van een aantal verschillende definities die in de literatuur gevonden zijn van het begrip competentie. De diversiteit aan definities laat zien dat het begrip diverse interpretaties heeft. In deze paragraaf wordt aangegeven welke definitie in dit onderzoek wordt gehanteerd. Daarnaast wordt er ingegaan op de ontwikkelbaarheid van competenties en als laatste wordt er een relatie gelegd tussen het vragen van competenties in vacatureteksten en arbeidstevredenheid.

2.2.1 Het begrip competentie

Het begrip competentie kent vele omschrijvingen in de literatuur. Diverse auteurs maken het onderscheid tussen kerncompetenties, competenties van een organisatie/groep en competenties van een individu (Mulder, 2002; Van Sluijs en Kluijtmans; 1996; Twisk, Singerling en Steenhorst, 1997). Mulder noemt in zijn onderzoek vijf omschrijvingen van kerncompetenties, drie omschrijvingen van groepscompetenties en vijfentwintig (!) omschrijvingen van persoonscompetenties. Het artikel van Prahalad en Hamel (1990) is het bekendste artikel over kerncompetenties. Mulder vertaalt de definitie van Prahalad en Hamel als volgt:

“Kerncompetentie is een competentie die aanwezig is in verschillende personen en verschillende middelen, waardoor de organisatie zich duidelijk onderscheidt van concurrenten en een meerwaarde vertegenwoordigt in vergelijking tot die concurrentie. Kerncompetenties omvatten het collectieve leren in de organisatie, in het bijzonder op welke wijze diverse productievaardigheden te coördineren en meervoudige stromen technologieën te integreren.” (Mulder, 2002, p.68-69)

Van Sluijs en Kluijtmans (1996) omschrijven de kerncompetenties als het derde niveau waarbij het gaat om de eigenschap van een organisatie die door de unieke combinatie van kennis, vaardigheden, structuren, technologieën en processen een competitief voordeel ten opzichte van concurrenten kan behalen.

Groepscompetenties zijn volgens Van Sluijs en Kluijtmans het tweede niveau met het accent op de interne organisatie van resources. Twee definities zijn:

“Competentie is de synthese van een bijzondere taak en kennissystemen van een organisatie.” (Roos en Van Krogh, 1992 in Mulder, 2002, p. 69)

“Competentie is het door collectief leren verkregen vermogen waarover een groep beschikt om een bepaald, gemeenschappelijk doel te (gaan) realiseren.” (Weggeman, 1997, in Mulder, 2002, p.69)

Van het begrip individuele competentie zijn veruit de meeste definities te vinden. Kluijtmans en Van Sluijs geven aan dat dit het eerste niveau van de definitie is waarbij het gaat om de eigenschappen van personen. Mulder (2002) onderscheidt in zijn boek algemene definities, werkgebonden, beroepsgerichte en handelingsgerichte competenties en competenties als integrale clusters kennis-, vaardigheids- en attitudeaspecten. Omdat het in

vacatureteksten gaat om eigenschappen van personen zijn de individuele competenties in dit onderzoek van belang. Er is daarom gekozen voor de volgende definitie:

“Competenties zijn een combinatie van kennis, vaardigheden, eigenschappen en motivatie, waarmee iemand tot voor de organisatie strategisch belangrijke resultaten kan komen” (Twisk, Singerling en Steenhorst, 1997, p. 37).

Deze definitie geeft een duidelijk onderscheid tussen verschillende aspecten van competenties. Met de genoemde aspecten zijn de vacatureteksten geanalyseerd op de diverse componenten en er wordt aangegeven in hoeverre de tekst voldoet aan definitie van een competentie. Overigens worden de termen competentie en vaardigheden vaak gelijktijdig gebruikt. Vaardigheden omvatten echter maar een enkele taak, terwijl een competentie een serie van verschillende taken omvat binnen een bepaald domein (Mulder, 2002 en Van der Heijde en Van der Heijden, 2006). Deelvraag één probeert te achterhalen of respondenten weten wat competenties zijn en of zij deze herkennen in vacatureteksten. De definitie van Twisk e.a. wordt hierbij als leidraad gebruikt.

In de vijfde deelvraag wordt het begrip ‘keycompetentie’ genoemd. De respondenten spreken over kerncompetenties. Deze key-/kerncompetenties zijn niet de kerncompetenties van de organisatie zoals hiervoor in de definitie van Prahalad en Hamel (1990) genoemd. Het gaat in deelvraag vijf en de kerncompetenties zoals de respondenten ze noemen namelijk over de eigenschappen van personen en dus om individuele competenties. Met de keycompetenties wordt hier bedoeld dat juist deze competenties de vacante functie en/of organisatie een onderscheidend vermogen meegeven en het gaat dus om de belangrijkste competenties. Dit in tegenstelling tot diverse algemene competenties die bij veel functies en organisaties voorkomen. Door het noemen van keycompetenties beperkt de werkgever zich tot de belangrijkste (‘kern’)competenties van een functie.

Het competentiebegrip heeft een aantal functionele voordelen. Hoekstra en Van Sluijs (2001) geven aan dat competenties heel herkenbare vermogens van mensen zijn. Ze zijn goed waar te nemen, goed te beoordelen en praktijkrelevant. Met dit laatste bedoelen zij dat competenties opgehangen kunnen worden aan taken en probleemsituaties, waardoor ze direct bruikbaar zijn voor bijvoorbeeld beoordeling en ontwikkeling van het personeel. Daarnaast zijn competenties tot op zekere hoogte ontwikkelbaar en er is sprake van één taal voor managers, HRM-adviseurs en medewerkers. Competenties kunnen op verschillende niveaus (van hogere managementfuncties tot het uitvoerende niveau) bepaald en gebruikt worden. Tot slot geven Hoekstra en Van Sluijs aan dat competenties wetenschappelijk zinvol zijn. Het beschrijft gedrag als probleemgeoriënteerd en past daarmee goed in evolutionaire opvattingen over het ontstaan van gedrag.

2.2.2 Ontwikkelbaarheid van competenties

Voor dit onderzoek is het belang of competenties ontwikkelbaar zijn of niet. Competenties die ontwikkelbaar zijn, kunnen na indiensttreding nog worden getraind. Competenties die niet ontwikkelbaar zijn en door de werkgever als belangrijk voor de functie worden aangemerkt, zullen voor indiensttreding al aanwezig moeten zijn bij een kandidaat. Deze competenties zijn daarmee belangrijk om in een vacaturetekst te vragen. Koopman, Kolk, van Luijk en van Muijen (2000) onderscheiden kennis, vaardigheden en persoonlijke eigenschappen als competenties. Zij geven aan dat de eerste twee goed te ontwikkelen zijn, terwijl de laatste redelijk stabiel is. Aanwezigheid van competenties zullen pas tot het

gewenste gedrag leiden als de motivatie hiervoor aanwezig is (Koopman e.a., 2000). Het is uiteindelijk aan de werkgever om te bepalen of het van belang is dat een kandidaat voor een bepaalde vacature een competentie bezit of dat hij of zij deze tijdens de uitoefening van de functie kan ontwikkelen. Een bepaalde basis zal iedere werkgever wensen als hij wil dat de kandidaat na indiensttreding zo snel mogelijk de functie zelfstandig kan gaan vervullen. De situatie op de arbeidsmarkt speelt bij deze wensen ook een rol. Als er veel kandidaten zijn, dan is de werkgever in de gelegenheid de kandidaat te kiezen die het beste voldoet aan de gevraagde competenties. Als er weinig kandidaten zijn en de keus dus veel beperkter is, zal de mogelijkheid van het ontwikkelen van de competenties een veel grotere rol spelen (Koopman e.a., 2000).

Moeilijk ontwikkelbare competenties zijn bij de werving het belangrijkste. Deze dient de sollicitant immers te bezitten om de functie goed uit te kunnen voeren.

Ontwikkelbaarheid van competenties is volgens Van Dongen (2003) afhankelijk van drie factoren:

1. De competentie
2. De situatie
3. De persoon

Sommige competenties zijn gemakkelijker te ontwikkelen dan andere. Hierbij spelen kennis en vaardigheden een grote rol. Competenties waarbij houding, persoonlijkheid of intelligentie een grote rol spelen zijn veel moeilijker of niet te ontwikkelen. Daarnaast is de omgeving (situatie) ook van belang; vooral de managementstijl (bij voorkeur coachend) en de organisatiecultuur (bij voorkeur een lerende organisatie) zijn hierbij de belangrijkste. Ook geeft Van Dongen (2003) aan dat een competentie bij de ene persoon wel te ontwikkelen is, terwijl dat bij een ander niet het geval hoeft te zijn. Dit verschil wordt veroorzaakt door de oorsprong van het competentietekort. Als de oorsprong ligt in het intelligentieniveau is de competentie moeilijk ontwikkelbaar, terwijl een oorzaak die ligt in het gedrag mogelijk wel goed beïnvloedbaar is. Hoekstra en Van Sluijs (2001) geven verder nog aan dat het van belang is dat de motivatie aanwezig moet zijn om een bepaalde competentie te ontwikkelen/ versterken. Intelligentie heeft volgens hen vooral een krachtige invloed. Ook Mitrani et al (1992) geeft aan dat bij selectie vooral gelet moet worden op competenties die moeilijk aan te leren en te veranderen zijn. Veelal zijn dit persoonlijke vaardigheden. Een werkgever kan het beste zes of zeven competenties vragen en op deze de focus leggen bij de selectie van een nieuwe medewerker. Deze zes of zeven competenties zijn voldoende om keycompetenties van de functie weer te geven en deze kunnen het verschil maken tussen een kandidaat die gemiddeld presteert en een kandidaat die uitmuntend presteert. Teveel competenties noemen, maakt dat er niemand aan alle gevraagde competenties kan voldoen (Mitrani, 1992). Blijkbaar kan het aantal gevraagde competenties bijdragen aan het aantrekkelijk maken van vacatureteksten (deelvraag twee). In dit onderzoek geven de respondenten daar ook hun mening over (zie hoofdstuk 4 resultaten).

2.2.3 Competenties en arbeidstevredenheid

Hoe en welke competenties worden gevraagd in een vacaturetekst zijn van invloed op het beeld van de functie dat hiermee wordt geschetst. Werkgevers en werknemers hebben verschillende belangen en moeten een balans vinden tussen de investeringen die zij doen en de winst die ze daarvoor terugkrijgen. Organisaties hebben daarnaast te maken met het management paradox; enerzijds willen ze hun personeel in kunnen zetten als pionnen in een

schaakspel zonder eigen initiatief, terwijl ze aan de andere kant het belangrijk vinden dat medewerkers zelfredzaam en proactief zijn (Van der Heijde en Van der Heijden, 2006). Vanuit de kant van de werkgever die op zoek is naar een nieuwe werknemer zullen deze competenties in een vacaturetekst gevraagd worden om kandidaten aan te trekken. De competenties geven als het ware een uitdaging weer voor de werkzoekende en heeft daarmee een bepaalde aantrekkingskracht. Als echter later in de praktijk blijkt dat de mate van initiatief in de functie tegenvalt in de ogen van de nieuwe medewerker, is het te verwachten dat de functie voor deze medewerker tegenvalt. Dit heeft invloed op de arbeidstevredenheid van de medewerker.

Daarnaast is het voor een werkzoekende van belang dat de functie nog een aantal uitdagingen biedt (Rose, 1994). Bij hogeropgeleiden geldt dit nog meer dan bij lageropgeleiden omdat de eerste groep meer carrièrericht is en meer verwachtingen heeft ten aanzien van werk. Met andere woorden: medewerkers die voor wat betreft hun competenties iets minder kunnen (ondergekwalificeerd) zijn meer tevreden over hun werk dan medewerkers die overgekwalificeerd zijn (Rose, 1994). Uiteindelijk leidt dit tot een betere motivatie en output waardoor iemand langer in zijn functie werkzaam wil zijn. Dit is een element waar een werkgever bij de werving van een nieuwe medewerker op kan letten bij het gericht inzetten van competenties. Uit het onderzoek van Rose (1994) blijkt dat overgekwalificeerde medewerkers het meest ontevreden zijn. Deze relatie tussen deze kennis en wat werkzoekenden daarvan vinden levert een bijdrage aan het antwoord op deelvraag twee; 'Hoe kan het gebruik van competenties een vacaturetekst aantrekkelijk maken?'.

2.3 Zelfbeoordeling en beoordeling door anderen

In het kader van dit onderzoek is van belang hoe een werkzoekende zichzelf beoordeelt en zichzelf al dan niet vergelijkt met wat in advertenties bij een bepaalde vacature gevraagd wordt. Daarnaast speelt de werkgever een rol. Deze vraagt in zijn advertentie een aantal competenties en zoekt een bepaald type persoon welke volgens hem/haar het beste past bij de vacature. In deze paragraaf worden een aantal theorieën beschreven welke hierbij mogelijk een rol spelen en op welke manier deze invloed hebben op het samenkomen van zelfbeoordeling van de werkzoekende en de beoordeling van de werkgever.

Alle beoordelingen zijn per definitie subjectief (Van der Heijden, 2006). Ze vinden namelijk plaats in hoofden van mensen. Dit geeft al aan dat de beoordeling van wat er in een vacaturetekst gevraagd wordt door iedereen anders geïnterpreteerd zal worden. Zowel door de werkzoekende als door de werkgever die de vacaturetekst heeft opgesteld. Op welke manier een beoordeling tot stand komt, beschrijven onder meer Biernat (2005) en Forhand en Deshpandé (2002). Biernat beschrijft drie algemene bronnen waarmee we onszelf beoordelen: (1) interne eigengemaakte 'gidsen', (2) sociale stereotypen en (3) andere mensen. Met de eerste bron, interne eigengemaakte 'gidsen', doelt zij op ervaringen uit het verleden waarbij iemand een bepaalde standaard heeft gesteld aan de hand van belangrijke personen of referentiegroepen. Hiermee worden bepaalde criteria opgesteld wat acceptabel of uitstekend is en die leidend zijn voor gedrag en prestaties. Iemand vergelijkt zichzelf met deze criteria en bepaalt hiermee of hij of zij zijn gedrag hieraan aanpast of niet. Aanpassing van gedrag gebeurt alleen als het verschil met de standaard als negatief ervaren wordt en als de betreffende persoon vindt dat hij of zij beter kan presteren door zichzelf te veranderen. Als het verschil dat wordt verwacht klein is, wordt de vergelijking genegeerd. Biernat

beschrijft verder nog het proces van assimilatie en contrast bij het vergelijkingsproces tijdens het beoordelen van jezelf en anderen. Assimilatie gebeurt wanneer het doel van beoordeling (jezelf of anderen) wordt getrokken in de richting van de verwachting of de gestelde standaard. Contrast gebeurt wanneer het doel van de beoordeling juist ligt in de tegenovergestelde richting van de verwachting of gestelde standaard. Bij assimilatie is de perceptie dus in overeenstemming met de verwachting, terwijl er contrasterende effecten ontstaan als er van de standaard wordt afgeweken. Biernat wil hiermee duidelijk maken dat we bij een beoordeling uitgaan van een bepaalde standaard/verwachting. Tijdens het beoordelen vergelijken we het beeld dat we van iets of iemand hebben en daarmee worden we in één van de twee richtingen getrokken.

Forhand en Deshpandé (2002) beschrijven een sociaal 'zelfschema' (totaal van iemands sociale identiteiten), welke een unieke kennisstructuur is in het geheugen. Dit zelfschema speelt een belangrijke rol in gedrag. Het stelt dat er een variëteit aan sociaal, contextueel en individueel verschillende factoren zijn, die verschillende sociale identiteiten activeren. Als resultaat hiervan is iemand verhoogd gevoelig voor identiteitsrelevante prikkels. Iemand beoordeelt prikkels dus aan de hand van zijn eigen sociale 'zelfschema'. Zodra men dit als passend beschouwt, zal men hier sneller op reageren.

Mensen zijn van nature geneigd zichzelf rooskleuriger af te schilderen. Dit blijkt uit onderzoek van Golden (1992), Harris en Schaubroeck (1988) en Tsui en Ohlott (1988), zo beschrijft Van der Heijden (2006). Zelfbeoordelingen geven een vertekening, wat ook wel het 'leniency effect' wordt genoemd. Dit komt overeen met het idee dat mensen gedreven worden door zelfverheerlijking en hun verdiensten meer aanhalen en benadrukken dan hun falen. Ook Biernat beschrijft dit laatste effect. Van der Heijden geeft aan dat zelfbeoordelingen een halve tot een hele standaarddeviatie van chef-beoordelingen of beoordelingen van een naaste collega afwijken. De verschillen hebben drie oorzaken:

1. Verschillen in percepties over de functie, waardoor verschillende beoordelingscriteria worden gebruikt
2. Verschillen in cognitieve processen bij verschillende partijen
3. Verschillen in affectieve processen zoals de neiging om zichzelf gunstig af te schilderen en zelfontkenning

Deze verschillen werden beschreven door Campbell en Lee, 1988 (Van der Heijden, 2006).

2.3.1 Stereotyperingen

Zoals al aangegeven door Biernat (2005) spelen stereotyperingen een rol bij het beoordelen van jezelf en anderen. Van der Heijden (2006, p7-8) beschrijft een stereotypering als volgt: *"Het toeschrijven van bepaalde vaste eigenschappen op grond van een bij die persoon of groep waargenomen of vermeend kenmerk"*.

Een stereotype is een verzameling die bij zo'n waargenomen kenmerk horen.

Stereotypering is een beoordelingsfout, het is immers afhankelijk van waardesystemen van mensen. Desondanks is het wel een heel belangrijk in het intermenselijk verkeer. Het geeft namelijk de mogelijkheid voor een snelle herkenning als je iemand nog niet eerder bent tegengekomen. Het voorspelt een zekere mate van wederkerige voorspelbaarheid van houdingen en gedrag van mensen ten opzichte van elkaar. Vanuit de kant van de werkgever kan het stereotype een rol spelen bij het opstellen van een vacaturetekst; ze zijn op zoek naar een bepaald type en proberen deze door middel van competenties te beschrijven. Daarnaast kan een werkzoekende zich hier wel of niet in herkennen. Maar een

werkzoekende kan ook het beeld van de werkgever aan de hand van het beeld van advertentie met behulp van een stereotype beoordelen. Door het noemen van bepaalde competenties kan de werkgever en de heersende organisatiecultuur getypeerd worden. Met dit onderzoek kan nagegaan worden in hoeverre dit voor werkzoekenden een rol speelt en op welke manier zij het beeld dat de werkgever geeft met het vragen van competenties interpreteren (deelvraag 4).

2.4 Verschil vacatures in kranten/tijdschriften en internetvacatures

Er is een duidelijk verschil tussen vacatures op internet en vacatures in kranten en tijdschriften (print) (Marchal, 2007). Vacatureteksten in de geprinte media bevatten veelal minder informatie dan op het internet. Competenties als ervaring en opleiding worden in het onderzoek van Marchal (2007) vaker gevonden bij internetvacatures (81%) dan bij geprinte vacatures (61%). Het verschil wordt toegeschreven aan de verplichte formats bij het plaatsen van een vacature op een vacaturesite. In dit onderzoek is aan de respondenten gevraagd in hoeverre zij tegen dit verschil aankijken. De nadruk is hierbij gelegd op het gebruik van competenties. In het onderzoek van Marchal (2007) is een meer algemene vergelijking gemaakt tussen advertenties op het internet en krantenadvertenties. Het doel was empirisch bewijs te vinden dat vacaturebanken op het internet de informatiestroom op de arbeidsmarkt verdraaien door het format en de inhoud van een vacaturetekst te beïnvloeden.

Uit onderzoek van de Intelligence Group (www.intelligence-group.nl; 31/12-2007) blijkt dat de Nederlandse werkzoekende vooral gebruik maakt van vacaturesites. De geprinte media wint echter wel aan belang. Dit heeft onder meer te maken met het enorme aantal vacatures dat er op de vacaturesites staat, waardoor de werkzoekende door de bomen het bos niet meer ziet. De Intelligence Group concludeert dat effectiviteit van personeelsadvertenties zal uitblijven als werkgevers ze niet aantrekkelijker maken. Ook geven zij aan dat werkzoekenden niet primair op zoek zijn naar een goede baan, maar vooral naar de juiste baan. De keuze wordt vooral bepaald door de werkbeleving, waarbij de inhoud van de functie en de balans met het privé leven de belangrijkste rol spelen.

De manier waarop de respondenten naar het verschil in competenties in vacatureteksten op het internet en advertenties in kranten/tijdschriften kijken zou kunnen helpen een antwoord te vinden op deelvraag vijf; 'Wat is de relatie tussen het noemen van competenties en het beeld dat dit schetst van een organisatie?'. Zowel het aantal competenties, de manier waarop de competenties gevraagd worden als welke competenties er gevraagd worden ouden hierbij een rol kunnen spelen.

Hoofdstuk 3 Methodologie

In het onderzoek zijn, naast het literatuuronderzoek, twee deelstudies uitgevoerd: deskresearch in de vorm van het verzamelen en selecteren van geschikte vacatureteksten en een interviewronde met medewerkers in de pensioenbranche waarbij semigestructureerd vragen zijn gesteld over het gebruik van competenties in vacatureteksten. In dit hoofdstuk wordt eerst een beschrijving gegeven van de pensioenbranche en de respondentengroep. Daarna komen de meetinstrumenten en de onderzoeksprocedure aan bod. Dan volgt de paragraaf over de analyse van de interviewgegevens en als laatste wordt de validiteit en betrouwbaarheid van het onderzoek besproken

3.1. Beschrijving pensioenbranche

Het onderzoek beperkt zich tot de pensioenbranche. De onderzoeker is werkzaam in deze branche en heeft collega's en relaties benaderd om mee te doen aan het onderzoek. Door respondenten uit de eigen werkkring te benaderen is geprobeerd een zo hoog mogelijke respons te generen. De geselecteerde vacatureteksten zijn ook vacatures uit de pensioenbranche. Ook hier verzorgt de werkkring de toegankelijkheid voor het deel van de vacatureteksten in de specifieke vakbladen (AssurantieMagazine). Doordat de respondenten werkzaam zijn in dezelfde branche als de branche van de vacatureteksten die zijn voorgelegd, zijn ze bekend met de gebruikte terminologie (zoals bepaalde vakopleidingen) en kunnen ze daardoor de teksten beter inschatten dan anderen die niet in die branche werkzaam zijn. Daarnaast verhoogt deze afbakening de interne validiteit van het onderzoek (Verschuren en Doorewaard, 2007, zie ook paragraaf 3.6).

De pensioenbranche bestaat uit het verzekeringswezen en pensioenfondsen (bron: CBS). Verzekeringsmaatschappijen bieden verschillende producten aan namelijk levensverzekeringen, schadeverzekeringen en zorgverzekeringen. (www.verzekeraars.nl: Verzekerd van cijfers 2009). Levensverzekeringen dienen ter dekking van het pensioen, maken onderdeel uit van een hypotheek of dekken de kosten van een uitvaart. Pensioenlevensverzekeringen kunnen worden afgesloten door middel van een beleggingsverzekering, een kapitaalverzekering of een lijfrente. In Nederland zijn er 67 maatschappijen die levensverzekeringen aanbieden. Daarnaast zijn er 656 pensioenfondsen (cijfers van 2007), waarbij onderscheid wordt gemaakt in bedrijfstakpensioenfondsen (714), ondernemingspensioenfondsen (96) en beroepspensioenfondsen (14) (www.verzekeraars.nl: Verzekerd van cijfers 2009). In totaal werken er 51.010 medewerkers in de pensioenbranche in Nederland (bron: CBS/CVS/DNB).

Naast verzekeringsmaatschappijen en pensioenfondsen zijn er in Nederland 5540 (in 2008) assurantietussenkantoren die voor particulieren en bedrijven verzekeringen kunnen afsluiten bij de verschillende aanbieders. Deze kantoren maken geen deel uit van de verzekeringsbranche zoals deze door het CBS is gedefinieerd en zijn daarom buiten dit onderzoek gehouden.

Volgens de gegevens van het CBS had het verzekeringswezen en pensioenfondsen in 2008 19.000 vacatures, in 2007 waren dat er 22.000 (www.cbs.nl/statline).

3.2 Respondenten

Alle respondenten zijn werkzaam in de pensioenbranche. De respondenten zijn vanuit het netwerk ((oud-)collega's en zakelijke relaties) van de onderzoeker benaderd voor het onderzoek. Gegevens over hoe het medewerkersbestand is opgebouwd in de pensioenbranche bleken niet te achterhalen; pensioenverzekeraars, opleidingsinstuten en de branchevereniging (Verbond van Verzekeraard) beschikten hier niet over of wilden de gegevens niet vrijgeven. Daardoor kan geen uitspraak gedaan worden of de onderzoekspopulatie de juiste afspiegeling is van alle medewerkers in de pensioenbranche. De onderstaande tabel geeft details over de verdeling van de onderzoekspopulatie op het gebied van ervaring (categorieën volgens Van der Heijden, 2006), het opleidingsniveau en het geslacht.

Tabel 5: Gegevens respondenten

<i>Ervaringscategorie*</i>	<i>Starters (20-34 jaar)</i>	<i>Medewerkers middelbare leeftijd (35-49 jaar)</i>	<i>Senioren (50 jaar en ouder)</i>
Aantal	13	6	1
<i>Opleidingsniveau</i>	<i>MBO</i>	<i>HBO</i>	<i>WO</i>
Aantal	3	8	9
<i>Geslacht</i>	<i>Man</i>	<i>Vrouw</i>	
Aantal	9	11	

*Ervaringscategorie volgens Van der Heijden (2006)

3.3 Meetinstrumenten

Voor het onderzoek is gebruik gemaakt van twee instrumenten; de interviewleidraad (zie bijlage 4) en het waarnemingsschema voor de selectie van geschikte vacatureteksten die tijdens het interview zijn voorgelegd aan de respondenten (bijlage 3 a en b). In deze paragraaf worden de instrumenten van het onderzoek beschreven.

3.3.1 Interviewleidraad

De interviewleidraad is semigestructureerd. Dit houdt in dat de vragen in de interviewleidraad een topiclijst zijn en dat de antwoordalternatieven niet vast liggen (Baarda, De Goede en Teunissen, 2005). Het interviewleidraad vormt de rode draad van het gesprek, de interviewer heeft daarnaast de mogelijkheid om door te vragen zodat er een duidelijk antwoord ontstaat. De vragen in het interviewleidraad zijn afgeleid van de onderzoeksvragen. De vragen zijn onderverdeeld in drie onderwerpen: algemene vragen, mediabron vacaturetekst en de voorgelegde vacatureteksten.

1. De eerste zes vragen zijn algemene vragen over competenties en het gebruik ervan. Ze dienen om te achterhalen of de respondenten het begrip competentie kennen, welke rol deze voor hen spelen en wat ze goede en slechte manieren vinden van het gebruik van competenties in vacatureteksten. De informatie die de respondenten bij

deze vragen gegeven hebben, zijn gebruikt om het antwoord te vinden op deelvraag 1 ('Herkennen werkzoekenden competenties in vacatureteksten?') en deelvraag 2 ('Hoe kan het gebruik van competenties vacatureteksten aantrekkelijk maken?'). Deelvraag 3 ('Hebben werkzoekenden een expliciet beeld van hun eigen competenties?') wordt voornamelijk vanuit het literatuuronderzoek beantwoord. Daarnaast hebben de antwoorden die gegeven zijn bij vraag 6 ('Hoe leidend zijn competenties voor jou om te solliciteren?') een bijdrage geleverd deze deelvraag te beantwoorden.

2. Vragen zeven tot en met tien zijn vragen over het belang van de inhoud van de vacaturetekst en het belang van de website. Doel van deze vragen is informatie te generen om een antwoord te vinden op deelvraag 4 ('Wat is de relatie tussen het noemen van competenties en het beeld dat dit schetst van een organisatie?'). De verwachting was dat de manier waarop competenties genoemd worden in een vacaturetekst (het aantal, opsomming of tekst en het gebruik van woorden als uitstekende/goede) een bepaald beeld weergeven van de organisatie waardoor het sollicitanten aantrekt of mogelijk afstoot. Daarnaast wilde de onderzoeker de rol van de website bij het gebruik van competenties voor vacatures achterhalen. Vooral het idee in hoeverre organisaties kunnen verwijzen naar hun website bij het noemen van competenties speelde hierbij een belangrijke rol. De onderzoeker wilde achterhalen of competenties al in de vacaturetekst genoemd moesten worden of dat de respondenten ook bereid waren om op de website van de organisatie te gaan kijken om de gevraagde competenties bij de vacature te achterhalen.
3. Het laatste onderdeel van de interviewleidraad zijn twee vacatureteksten die worden voorgelegd. De vacatureteksten verschillen in de manier waarop er met competenties wordt omgegaan. De eerste vacaturetekst (Pensioenspecialist bij het Pensioenfonds voor Horeca&Catering) heeft de gevraagde competenties puntsgewijs opgesomd. De tweede vacaturetekst (Relatiebeheerder Pensioenen bij Aegon) heeft de gevraagde competenties in een tekst staan. Over beide vacatureteksten zijn vier dezelfde vragen gesteld (o.a. Welke competenties herken je in deze tekst, zie verder bijlage 4). De laatste vraag van de interviewleidraad is welke van de twee vacatureteksten de voorkeur geniet en waarom. De respondentantwoorden op deze vragen geven informatie om de deelvragen 1 ('Herkennen werkzoekenden competenties in vacatureteksten?'), 2 ('Hoe kan het gebruik van competenties vacatureteksten aantrekkelijk maken?') en 5 ('Ziet een werkzoekende de genoemde competenties als keycompetenties van de functie?') te beantwoorden.

3.3.2 Waarnemingsschema vacatureteksten

Zoals in de voorgaande paragraaf beschreven maken twee vacatureteksten deel uit van de interviewleidraad. Om geschikte vacatureteksten te selecteren, is er gebruik gemaakt van een waarnemingsschema (bijlage 3 a en b) (Wester, F. en van Atteveld, 2006). Het waarnemingsschema is gebruikt om twee vergelijkbare vacatureteksten te vinden waarvan op verschillende manieren gebruik wordt gemaakt van competenties. Om te onderzoeken wat de respondenten de beste manier vonden van het omgaan met competenties is er

onderscheid gemaakt naar de manier waarop er in de vacaturetekst omgegaan is met competenties. In sommige vacatureteksten worden de competenties puntsgewijs opgesomd, in andere vacatureteksten worden ze in een stuk tekst genoemd. Er zijn ook vacatureteksten die geen competenties noemen.

Bij de genoemde competenties is ook gekeken naar het soort competenties dat wordt genoemd zoals ze in de definitie van Twisk e.a. (1997) worden onderscheiden (kennis, vaardigheden, eigenschappen en motivatie). Bij de analyse is gekeken of de respondenten in staat waren de verschillende soorten competenties te herkennen. De respondenten hoefden zelf de competenties niet in te delen naar de verschillende soorten volgens de definitie van Twisk e.a. (1997).

Er is op zoek gegaan naar vacatureteksten die wat betreft niveau en ervaring vergelijkbaar waren, zodat de aandacht van de respondenten vooral gericht was op het gebruik van competenties. Ook het medium, waarin de vacature geplaatst is, moet vergelijkbaar zijn: de vacaturetekst moet dus of geplaatst zijn in de geprinte media (vaktijdschriften of kranten) of een vacaturetekst van het internet zijn (geplaatst op een vacaturebank of de organisatiewebsite). De ruimte die beschikbaar is op het internet is veelal vele malen minder beperkt dan advertenties die geplaatst worden in de geprinte media. Bij deze laatste wordt betaald per kolombreedte en –hoogte. De advertentiekosten zijn dus hoger naarmate een advertentie groter is. Bij internetadvertentie wordt er per advertentie betaald die veel meer ruimte omvat dan de meeste geprinte advertenties. Daarnaast blijkt uit literatuuronderzoek dat er voor vacatureteksten op vacaturesites een vaste lay-out wordt gebruikt (Marchal, 2007). Deze vacatureteksten lijken daardoor in opmaak meer op elkaar dan vacatures in de geprinte media waarvoor geen vaste lay-out en zelfs geen vaste grootte voor bestaat.

3.4 Onderzoeksprocedure

Voor het onderzoek zijn eerst vacatureteksten verzameld en met behulp van het waarnemingsschema geselecteerd. Vervolgens zijn de interviews gehouden. Hieronder volgt de beschrijving van de procedures van beide onderzoeksonderdelen.

3.4.1 Verzamelen en selecteren van geschikte vacatureteksten

In de periode december 2007 tot en met mei 2008 zijn er vijftientig geprinte vacatureteksten van alle mogelijke functies afkomstig van pensioenverzekeraars en pensioenfondsen verzameld. Vacatures van assurantietussenkantoren en van werving- en selectie/detacheringsbureaus vallen buiten het onderzoek omdat deze niet behoren tot de verzekeringsbranche zoals gedefinieerd door het CBS. Internetadvertenties zijn buiten beschouwing gelaten. Advertenties in de geprinte media zijn duurder en er wordt per regel betaald. Het wel of niet gebruiken van competenties in een advertentie kan daarmee een financiële keuze van een werkgever zijn. Het scheelt immers ruimte als er geen competenties genoemd worden. De onderzoeksresultaten kunnen wel gebruikt worden voor het (beter) opmaken van een vacaturetekst op het internet.

De vacatures zijn gevonden in het vakblad AssurantieMagazine en het vacaturetijdschrift Intermediair. Dit zijn de twee belangrijkste media voor werkzoekenden in de financiële sector blijkt uit het Arbeidsmarkt Gedragsonderzoek van de Intelligence Group

in de periode juli 2007 tot en juni 2009 onder 1.275 respondenten. De Intermediair werd door 8,09% van de respondenten aangegeven als het tijdschrift dat zij zouden gebruiken om een baan te zoeken. Voor AssurantieMagazine geeft 5,19% van de respondenten aan dat zij dit vaktijdschrift zouden gebruiken om een baan te zoeken (zie bijlage 6).

In drie van de vijftientig advertenties werden competenties puntsgewijs opgesomd (categorie 1), veertien noemden competenties in een tekst (categorie 2) en acht advertenties vroegen geen competenties. Deze laatste acht advertenties verwezen voor meer informatie naar de organisatiewebsite. Deze advertenties hadden zo weinig tekst dat een werkzoekende voor een indruk van de functie altijd de organisatiewebsite moesten bekijken. Om een oordeel te vormen over de inhoud van de vacaturetekst had het weinig zin deze advertentie voor te leggen zonder ook naar de informatie op de website te kijken. In het onderzoek zijn daarom alleen advertenties voorgelegd waarbij wel competenties genoemd werden.

Van de twee vacatureteksten die onderdeel uitmaken van de interviewleidraad komt er één uit categorie 1 en één uit categorie 2. Om de aandacht van de respondenten zoveel mogelijk te richten op het verschillend gebruik van competenties is er gezocht naar twee advertenties die wat betreft functie, opleidingsniveau en ervaring zoveel mogelijk op elkaar lijken. Dit bleken de advertenties van het Pensioensfonds voor Horeca&Catering (pensioenspecialist, categorie 1) en van Aegon (relatiebeheerder pensioenen, categorie 2) te zijn (zie voor de advertenties bijlage 1 en 2). De ingevulde waarnemingsschema's, waarin ook alle gevonden competenties onderverdeeld naar de competentiesoorten volgens Twisk e.a. (1997) staan, zijn te vinden in bijlage 3 (a en b).

3.4.2 Interviews

Voorafgaand aan de twintig interviews zijn er twee proefinterviews gehouden, één in mei en één in september. Daarbij zijn een aantal vragen verduidelijkt aan de hand van de tips die bij deze interviews naar voren kwamen. In het eerste proefinterview is slechts één vacaturetekst voorgelegd. Het idee was om twee groepen respondenten de twee verschillende vacatureteksten voor te leggen en de antwoorden van de beide groepen met elkaar te vergelijken. De antwoorden in het tweede interview, waarbij beide teksten zijn voorgelegd, bleken echter betere antwoorden te genereren voor de onderzoeksvragen. Doordat iedereen zijn mening kon geven over beide vacatureteksten, werd er bovendien meer informatie verkregen. Omdat de onderzoekspopulatie al niet zo groot is met twintig respondenten, had dit laatste de voorkeur en heeft de onderzoeker gekozen voor interviews waarbij beide vacatureteksten zijn voorgelegd.

Voor het onderzoek zijn 46 personen benaderd. Vooraf zijn zij persoonlijk benaderd of ze mee wilden werken aan het onderzoek. Indien mogelijk zijn ze telefonisch benaderd om een afspraak te maken voor een interview. De respondenten van wie de onderzoeker geen telefoonnummer had, zijn per mail benaderd om een afspraak te maken. Twintig personen waren daadwerkelijk bereid mee te werken. De andere personen reageerden niet op de mail of voicemailbericht (23 personen) of hadden geen tijd om mee te werken (3 personen).

In de periode september 2008 tot en met januari 2009 zijn de interviews face-to-face afgenomen op de werkplek van de respondent. Ieder interview is opgenomen met behulp van een dictafoon en tijdens de interviews zijn aantekeningen gemaakt. Direct na de

interviews zijn deze aantekeningen samen met de tekst op de dictafoon verder uitgewerkt. De interviews duurden tussen de veertig minuten en de anderhalf uur.

3.5 Analyse interviews

De interviews zijn geanalyseerd volgens de methode van Baarda, de Goede en van der Meer-Middelburg (2007, p154-160). Zij benoemen vijf fasen;

1. Eerste reductiefase: Het schrappen van niet-relevante informatie
2. Tweede reductiefase: Het indelen van fragmenten en het ruw labelen van fragmenten
3. Derde reductiefase en tevens eerste abstractiefase: het reduceren en rubriceren van labels
4. Tweede abstractiefase: Het komen tot begrippen
5. Derde abstractiefase: Het vinden van een verklaring

Tijdens de eerste fase is de niet-relevante informatie geschrapt (eerste reductiefase). Dit is gedaan door met een gele markeerstift de relevante onderdelen van de antwoorden te selecteren. Deze selectie is gebaseerd op de hoofd- en deelvragen van het onderzoek. In de interviewprotocollen hebben de belangrijke tekstfragmenten een codering meegekregen. Deze codering (het eerste getal geeft het vraagnummer weer, het tweede getal het respondentnummer) vormt de tweede reductiefase.

In Word is een codeerschema gemaakt waarbij de tweede kolom de kernlabels zijn. De kernlabels komen overeen met vier van de vijf deelvragen van het onderzoek en zijn in het hoofdstuk resultaten beschreven als vier kernthema's. Alleen deelvraag drie is hierin niet meegenomen omdat vooraf aangenomen werd het antwoord op deze vraag vooral uit de literatuur zou komen. Aan de kernlabels zijn een aantal dimensies gekoppeld, welke overeenkomen met de belangrijkste vragen uit de interviewleidraad. De antwoorden van de respondenten zijn in beknopte vorm ingevuld onder het kopje 'lading'. Bij het invullen zijn de dubbele antwoorden (synoniemen) eruit gehaald en zijn vergelijkbare antwoorden samengevoegd. Dit geheel is de derde reductiefase/eerste abstractiefase: het reduceren en rubriceren van labels.

De laatste kolom geeft aan welke respondenten het betreffende antwoord (lading) gegeven hebben. Hierdoor wordt duidelijk hoe belangrijk de betreffende lading is en kunnen er begrippen gedefinieerd worden (fase 4: tweede reductiefase) welke de onderzoeksresultaten verwoorden. In hoofdstuk vier worden deze aan de hand van de kernthema's en de deelvragen besproken.

Aangezien het hier om een exploratief onderzoek gaat, is de laatste fase, het vinden van een verklaring, niet van toepassing. In het volgende hoofdstuk waarin de onderzoeksresultaten aan bod komen, wordt wel gekeken naar onderlinge verbanden tussen de resultaten en antwoordpatronen tussen de verschillende thema's. In hoofdstuk vijf worden de conclusies in het licht van de onderzoeksresultaten besproken.

3.6 Betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek

Hoe minder een onderzoek afhankelijk is van toeval, hoe betrouwbaarder de onderzoeksresultaten zijn. Die toevalligheden kunnen gelegen zijn in de omgeving waarin het interview is afgenomen, de interviewer, de geïnterviewde en de interviewleidraad

(Baarda en De Goede, 2002, p.192). De interviews zijn steeds afgenomen op de werkplek, waardoor de omgeving voor de geïnterviewde een bekende omgeving is. Daarnaast is gebruik gemaakt van steeds dezelfde interviewleidraad door dezelfde interviewer. De interviewleidraad is semigestructureerd. Hierdoor staan de onderwerpen vast maar kan de interviewer doorvragen als de antwoorden onduidelijk zijn. Door niet te sturen op specifieke antwoorden en de geïnterviewden vrijuit te laten praten, wordt de betrouwbaarheid zo goed mogelijk gewaarborgd. Bovendien zijn de interviews opgenomen met behulp van een dictafoon, waardoor achteraf de controle op de kwaliteit van de interviews min of meer maximaal is (Baarda, De Goede en Van der Meer-Middelburg, 2007, p. 33). Het onderwerp 'competenties' is een redelijk abstract begrip waardoor emoties welke de antwoorden zouden kunnen beïnvloeden een geringe rol spelen. De factoren die de betrouwbaarheid van dit onderzoek nadelig kunnen beïnvloeden zijn op deze manier tot een minimum beperkt.

Validiteit wil zeggen dat je meet wat je beoogt te meten (Baarda en de Goede, 2002, p. 197). Baarda en De Goede spreken hierbij over begripsvaliditeit. Voor wat betreft de begripsvaliditeit van het begrip competentie is de onderzoeker uitgegaan van de definitie van Twisk e.a. In deze definitie wordt onderscheid gemaakt tussen verschillende soorten competenties, namelijk kennis, vaardigheden, eigenschappen en motivatie. De respondenten omschreven het begrip competentie niet in deze mate van diversiteit. Ze herkenden wel de verschillende soorten competenties. In zoverre is er geen probleem wat betreft het begrip competentie. De antwoorden van de respondenten zijn te analyseren naar de deelvragen. Wat wel erg lastig is, is te beoordelen onder welke van de vier soorten een competentie valt. Er bestaat geen leidraad voor en daardoor valt er over de indeling te discussiëren. Dit maakt het moeilijk een uitspraak te doen over welke soort competenties het meest door de respondenten herkend zijn.

Naast de begripsvaliditeit wordt er in de literatuur gesproken over interne en externe validiteit. De interne validiteit is de mate waarin het redeneren binnen het onderzoek correct is uitgevoerd (Van der Zee, 2004, via www.moaweb.nl). De interne validiteit kan worden vergroot door de onderzoekspopulatie in te perken. Alleen door rigoureus afbakenen kan een onderzoeker tot zinnige uitspraken komen en de uitspraken onderbouwen met empirische gegevens (Verschuren en Doorewaard, 2007). In dit onderzoek is alleen gekeken naar de pensioenbranche en is daarmee sterk afgebakend. Door de resultaten te onderbouwen met zoveel mogelijk uitspraken van de respondenten (wat is samengevat in het codeerschema, bijlage 5) en indien mogelijk te onderbouwen met gegevens uit de literatuur (triangulatie) is de interne validiteit zoveel mogelijk gewaarborgd.

De externe validiteit is de mate waarin de onderzoeksresultaten generaliseerbaar zijn naar andere situaties dan die in het onderzoek (Van der Zee, 2004, via www.moaweb.nl). Het betreft hier een exploratief onderzoek met een onderzoekspopulatie van twintig personen. Deze groep is te klein om de onderzoeksresultaten te kunnen generaliseren. De onderzoeksresultaten geven dan ook slechts een indicatie. Bovendien kon er niet na worden gegaan of de onderzoekspopulatie de juiste afspiegeling was van medewerkers in de onderzochte pensioenbranche, omdat cijfers hiervan niet te achterhalen waren. Voor externe validiteit is een groter onderzoek nodig.

Hoofdstuk 4 Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten beschreven van de afgenomen interviews en een deel van het gedane literatuuronderzoek. Hierbij zullen de hoofd- en deelvragen zoals opgesteld in hoofdstuk 1 worden beantwoord. De resultaten van de interviews worden onderverdeeld in verschillende thema's welke verband houden met vier van de vijf deelvragen. Het codeerschema in bijlage 5 geeft een overzicht van de antwoorden van de twintig respondenten. Het fragment geeft aan waar het antwoord te vinden is. Het eerste cijfer geeft de vraag aan, het tweede cijfer het respondentnummer (1.3 komt overeen met vraag 1 van respondent 3). Het kernlabel is het thema welke in dit hoofdstuk worden beschreven met de dimensies als subthema's. De lading geeft het antwoord op de vraag; hierbij zijn de vergelijkbare antwoorden zoveel mogelijk samengevoegd. De ladingen zijn dus niet letterlijk overgenomen uit de interviews. Aangezien het antwoord op deelvraag drie voornamelijk door middel van literatuuronderzoek wordt beantwoord en de andere vragen voornamelijk vanuit de interviewresultaten, komt deelvraag drie als einde van dit hoofdstuk als een aparte paragraaf 'Zelfbeeld' aan bod.

4.1 Thema's

In dit onderzoek is het van belang dat (potentieel) werkzoekenden een beeld hebben van het begrip competentie. In het interview is aan de respondenten gevraagd wat competenties zijn of ze deze herkennen in twee voorlegde vacatures. Hierbij zijn bij de analyse twee thema's opgesteld; de eerste is de omschrijving van het begrip 'competentie' en als tweede het aantal competenties die de respondenten hebben gevonden in de twee vacatureteksten. Deze twee thema's hangen vast aan de eerste deelvraag; 'Herkennen werkzoekenden competenties in vacatureteksten?'.

Het derde thema is gerelateerd aan de tweede deelvraag; 'Hoe kan het gebruik van competenties vacatureteksten aantrekkelijk maken?'. Beantwoording van deze deelvraag komt voort uit drie subthema's, namelijk de sterke punten van een vacaturetekst, welke door de respondent als positief beoordeeld werden, de zwakke punten van een vacaturetekst, welke negatief door de respondent beoordeeld werden en de beoordeling en de voorkeur die de respondenten gaven bij de twee voorgelegde vacatureteksten.

Het vierde thema is verbonden met de vierde deelvraag; 'Wat is de relatie tussen het noemen van competenties en het beeld dat dit schetst van een organisatie?'. Hierbij is gezocht naar de invloed die de vacature heeft op het beeld dat deze geeft over de organisatie, de invloed die de website hierbij heeft (van belang is ook of een werkzoekende de moeite neemt om naar die website te gaan na het zien van de vacature) en in hoeverre een werkzoekende de vacaturetekst belangrijk vindt.

Het vijfde en laatste thema heeft betrekking op vijfde deelvraag; 'Beoordeelt de werkzoekende de genoemde competenties als kerncompetenties?'. Er is onderzocht of de respondenten zich laten leiden bij het wel of niet solliciteren door de genoemde competenties, hoe zij tegen de competenties aankijken en of ze deze vergelijken met hun eigen competenties.

4.1.1 Thema 1: Het begrip competentie

Als eerste is aan de respondenten gevraagd wat competenties zijn. 80% (komt overeen met 16) van de respondenten noemt hier het begrip 'vaardigheden', waarbij 40% van de respondenten alleen deze term noemen. De overige 20% (4 respondenten) noemt andere begrippen en laat de term 'vaardigheden' links liggen. 75% (15) van de respondenten noemt maar één term als omschrijving. De term 'bekwaamheden/kwaliteiten/gebieden waar je goed in bent' wordt door 20% (4) genoemd, 25% (5) noemt de term 'kennis' (5%, 1 respondent, doet dit in de vorm van 'niveau/ervaring') en 15% (3) geeft de term '(benodigde) eigenschappen'. Als laatste gaf 5% (1) aan dat het 'waarneembaar gedrag' onder het begrip competentie valt.

4.1.2 Thema 2: Herkenning van de competenties in de voorgelegde vacatureteksten

In de twee voorgelegde vacatures worden verschillende competenties genoemd. De vacatureteksten zijn terug te vinden in bijlage 1 (vacature 1; Pensioenspecialist bij het Pensioenfonds voor de Horeca & Catering en bijlage 2 (vacature 2; Relatiebeheerder Pensioenen bij Aegon). De eerste vacaturetekst heeft de competenties puntsgewijs opgesomd en deze zijn daarmee relatief gemakkelijk te herkennen. In totaal kunnen er tien competenties herkend worden (zie tabel 2 op de volgende pagina). Gemiddeld herkennen de respondenten er zes (3 respondenten, 15%), waarbij er minimaal drie competenties herkend worden (door één respondent, 5%) en maximaal negen competenties (door twee respondenten, 10%). Zie voor het aantal genoemde competenties in de vacatureteksten door de respondenten figuur 1 op pagina 32.

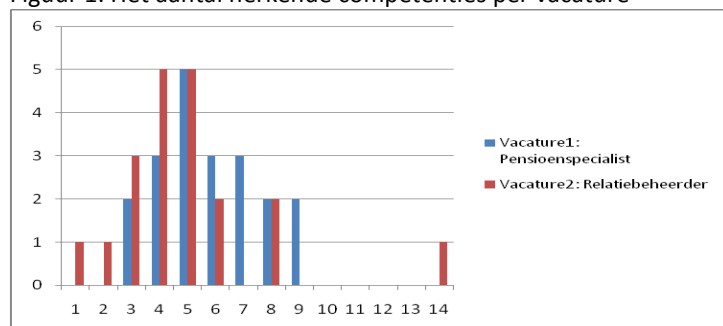
De tweede vacature bevat vijftien competenties (zie tabel 6 op de volgende pagina), welke niet worden opgesomd maar ergens in de tekst staan. In het inleidende verhaal over de afdeling Service Center Pensioen wordt een deel genoemd (nummers zeven tot en met vijftien in tabel 6) en onder de kop van de functie Relatiebeheerder Pensioen vervolgt Aegon het verhaal (eerste zes in de onderstaande tabel). Twee competenties worden expliciet gevraagd; 'je hebt HBO denk- en werkniveau' en 'daarnaast bezit je goede kennis van pensioenen (Pensioenpraktijk 1 en 2, Techniek Leven)'. Zoals te verwachten, zijn de competenties in deze vacaturetekst moeilijker te vinden. Gemiddeld herkenden de respondenten er vijf (door 5 respondenten, 25%), waarbij er minimaal één herkend werd (door één respondent, 5%) en maximaal veertien herkend werden (door één respondent, 5%), zie hiervoor figuur 1 op pagina 32.

Tabel 6: Competenties in de vacatureteksten

	Competenties vacaturetekst ' Pensioenspecialist' (zie bijlage 1)	Competenties vacaturetekst ' Relatiebeheerder Pensioenen' (zie bijlage 2)
1	Juridische opleiding op HBO niveau	HBO niveau
2	Kennis van pensioenregelingen	Goede kennis van pensioenen (vakdiploma's)
3	Uitstekende schriftelijke vaardigheden	Commercieel
4	Resultaatgericht	Dienstverlenend
5	Analytisch sterk	Samenwerkingsvermogen
6	Klantgericht	Communicatieve vaardigheden: vragen beantwoorden
7	Betrokken	Goed kunnen luisteren
8	Goed kunnen samenwerken	Klanten willen en kunnen helpen
9	Gedreven	Flexibiliteit
10	Leergierig	Zelfstandigheid
11		Professioneel
12		Beslissingen willen/kunnen nemen
13		Verantwoordelijkheid willen nemen
14		Outputgericht
15		Zelfbewustzijn

Naast het verschil in overzichtelijkheid in het noemen van de competenties tussen de twee vacatureteksten valt er ook een verschil op in de manier van formuleren van competenties in de vacatureteksten. In de eerste vacaturetekst van het Pensioenfonds voor Horeca&Catering staan de competenties onder het kopje 'Jij'. Hierdoor staan ze voorgesteld als eisen waar de kandidaten aan moeten voldoen. Iemand moet zich in deze competenties herkennen. Bovendien worden termen als 'uitstekend' en 'goed' gebruikt. Dit impliceert dat je uitstekend of goed moet zijn in deze competenties. De tweede vacature vraagt heel veel in de zin van aantal competenties, maar is veel minder eisend opgesteld. Er wordt wel een ideaalbeeld geschetst, maar heel nadrukkelijk wordt alleen om HBO niveau en goede kennis van pensioenen gevraagd door de woorden 'je hebt.' en 'je bezit...'. In de onderstaande grafiek (figuur 1) wordt duidelijk hoeveel competenties de verschillende respondenten hebben gevonden bij de twee vacatureteksten. De horizontale balk geeft het aantal gevonden competenties, de verticale balk het aantal respondenten dat het betreffende aantal competenties heeft gevonden.

Figuur 1: Het aantal herkende competenties per vacature



x-as= Aantal herkende competenties

y-as= Aantal respondenten

In bijlage 3 a en b zijn de genoemde competenties in de twee vacatureteksten ondergebracht naar de vier componenten uit de definitie van het begrip competentie volgens Twisk e.a. (1997). Deze componenten zijn kennis, vaardigheden, eigenschappen en motivatie. Vaardigheden werden door 75% (15) respondenten genoemd als omschrijving van het begrip competentie. In vacature 1 (pensioenspecialist) werd schriftelijke vaardigheden als competentie gevraagd. Slechts de helft van de respondenten (50%, 10) gaf aan deze competentie te herkennen. De competenties die het meest door de respondenten herkend werden, vallen onder de component eigenschappen. In de beide vacatureteksten herkenden alle respondenten (20) één of meerdere gevraagde eigenschappen. Op zich is dit niet vreemd, omdat er veel eigenschappen gevraagd werden in beide vacatureteksten (vijf in de eerste en negen in de tweede). Omdat er geen leidraad is om competenties onder te brengen in de vier componenten, is hier een discussie mogelijk over het toewijzen van de in de vacatureteksten genoemde competenties over de vier componenten uit de definitie van Twisk e.a. (1997). De competentie samenwerken kan bijvoorbeeld als eigenschap beschouwd worden, maar zou ook in de groep vaardigheden kunnen vallen. Dit is vooral een kwestie van logisch beredeneren en de manier waarop ernaar gevraagd wordt. Samenwerkingsvermogen is dan meer een eigenschap, goed kunnen samenwerken kan daarentegen meer als vaardigheid worden gezien. Het overzicht van de onderzoeker (bijlage 3 a en b) geldt in dit onderzoek als richtinggevend.

4.1.3 Thema 3: De aantrekkelijkheid van een vacaturetekst

Tijdens het interview is aan de respondenten gevraagd wat zij voor de opsteller van de vacaturetekst de beste en de slechtste manier vinden van het omgaan met competenties in vacatureteksten. De antwoorden op deze vraag geven voor een deel aan hoe de opsteller de vacaturetekst aantrekkelijk kan maken met behulp van competenties. Ook uit de vragen over de twee voorgelegde vacatureteksten is door de respondenten veel informatie gegeven wat zij vinden dat een vacaturetekst wel en juist niet aantrekkelijk maakt. In de analyse komen punten naar voren welke een vacature goed maken en punten waaraan de respondenten zich juist storen. De nadruk ligt daarbij op het gebruik van competenties, aangezien dit de kern van dit onderzoek is. Desondanks komen er ook andere punten naar voren welke een belangrijke rol blijken te spelen bij de aantrekkelijkheid van vacatureteksten. Deze worden in dit hoofdstuk ook naar voren gebracht. Het onderstaande overzicht op de volgende pagina (tabel 7) geeft een deel van het codeerschema, waarin de antwoorden die tegengesteld zijn aan elkaar op dezelfde rij staan. Zo wordt duidelijk hoeveel respondenten een bepaald antwoord hebben gegeven en in hoeverre deze antwoorden elkaar overlappen.

Tabel 7: respondentantwoorden bij dimensies positieve/negatieve punten in vacatureteksten vanuit het codeerschema (bijlage 5)

Positief/sterk punt	Respondenten	Negatief/zwak punt	Respondenten
Duidelijk zijn	1,2,3,6,8,10,13,14,15,17,18	Onduidelijke, vage tekst	2,10,14,15
Functie inhoud weergeven	4,5,8,9,10,11,12,13,14,16,18	Geen duidelijke beschrijven van de werkzaamheden	5,11,16
Complete vacature weergeven	3,4,5,7,9,10,12,13,15,17,18,20	Geen competenties vragen	14
Niet teveel competenties vragen	10,13,15,16,18	Teveel competenties vragen	3,4,9,12,13,16,17,18,19,20
Kerncompetenties noemen	3,4,7, 14,15,17,18,19	Niet onderscheidende, algemene competenties vragen	1,2,3,5,6,7,9,14,15,19
Competenties moeten extra informatie geven over de essentie van de functie of specifiek zijn voor het bedrijf	3,7		
Competenties moeten later terug te vinden zijn in de functie	1,2,13,16,19	Onjuiste competenties vragen	12,16,17
		Weinig uitleg geven bij de competenties	10,20
Kort en bondig	2,6,8,11,13,17	Tekst niet te lang	11,12,13,15
		Mooier beeld schetsen dan de werkelijkheid	1,6,9,13,14,18,19
Uitdaging/doorgroei-mogelijkheden bieden	7,12,14,18		
Opleiding noemen als competentie	8		
Ervaring vragen	2		
		Relatieve begrippen gebruiken	9
		Arrogant overkomen	9

Daarnaast is er aan de respondenten gevraagd of ze vinden dat competenties in vacatureteksten een eerlijk beeld van de functie weergeven (vraag 2, interview). De twee voorgelegde vacatureteksten zijn beoordeeld op een schaal van 1 tot en met 5 (slecht tot en met uitstekend) en er is gevraagd welke vacature de voorkeur geniet. Ook deze vragen geven informatie over hoe een vacaturetekst aantrekkelijk gepresenteerd kan worden aan werkzoekenden.

Wat 55% (11) van de respondenten belangrijk vindt, is dat de vacature duidelijk is. Dit kan onder meer door de werkzaamheden goed te beschrijven (40%, 8 respondenten), begrijpelijke taal (10%, 2 respondenten) en bekende competenties (10%, 2 respondenten) te gebruiken en een prettig leesbare tekst voor te leggen (5%, 1 respondent). Competenties kunnen deze duidelijkheid, mits goed gebruikt, wel bieden. 'Duidelijk' is echter een subjectief begrip. Dit blijkt uit de vraag welke van de twee voorgelegde vacatureteksten de voorkeur heeft. Ondanks dat het zeer verschillende vacatureteksten zijn in de manier waarop ze zijn opgemaakt, de hoeveelheid tekst en de inhoudelijke beschrijving kregen

beide vacatureteksten even vaak de voorkeur. Tien respondenten vonden de eerste tekst de beste/prettigste, de andere tien respondenten gaven de voorkeur aan de tweede. De eerste tekst (pensioenspecialist) kreeg wel een iets hogere gemiddelde score (3,35) dan de tweede (3,25), maar het verschil is heel klein. Zie hiervoor de onderstaande tabel.

Tabel 8: Waardering door de respondenten voor de twee voorgelegde vacatureteksten

Waardering	Pensioenspecialist	Relatiebeheerder
1	0	1
2	4	5
3	7	5
4	7	6
5	2	3
gemiddeld	3,35	3,25
voorkeur	10	10

Het geven van een compleet beeld geeft volgens de respondenten een duidelijker beeld van de vacature. 60% (12) van de respondenten geeft aan dit belangrijk te vinden. Informatie over de functie-inhoud werd hierbij veel respondenten (55%, 11) als voorbeeld gegeven. Verder ziet men graag informatie over het bedrijf, bijvoorbeeld structuur en cultuur, terug in de vacature (45%, 9 respondenten).

Een groot deel van de respondenten (60%, 12) vindt het belangrijk dat er niet te veel competenties gevraagd worden. De respondenten hebben hierbij niet aangegeven wat zij precies als teveel beschouwen. Uit de literatuur valt op te maken dat zes of zeven competenties voldoende is om de keycompetenties van de functie weer te geven en deze kunnen het verschil maken tussen een kandidaat die gemiddeld presteert en een kandidaat die uitmuntend presteert (Mitrani et al, 1992, zie paragraaf 2.2.2). Dat geven zij aan door te zeggen dat het goed is als er niet teveel competenties gevraagd worden (25%, 5 respondenten) of door het slecht te vinden als er teveel gevraagd worden (50%, 10 respondenten). Door teveel competenties te vragen, krijgen de respondenten het gevoel dat de functie onhaalbaar is en daarmee kan het goede kandidaten afstoten. Door alleen keycompetenties te vragen (30%, 6 respondenten) kan dit worden opgelost. Algemene competenties die geen toegevoegde waarde hebben voor de vacature kunnen beter achterwege gelaten worden, vindt 50% (10) van de respondenten. Hierbij geven ze voorbeelden als klantgerichtheid, zelfstandig, initiatiefrijk en gedrevenheid. Deze competenties worden door heel veel werkgevers gevraagd en zijn daarmee niet onderscheidend voor de functie of organisatie(cultuur) (50%, 10 respondenten). Bovendien zijn ze vaak vanzelfsprekend; als men op zoek is naar een Hbo'er, dan mag je ervan uit gaan dat deze persoon een bepaalde mate van zelfstandigheid en initiatief bezit. Voor iemand die op een klantenservice gaat werken, is klantgerichtheid eveneens een vanzelfsprekendheid. Twee respondenten (10%) noemen expliciet dat de gevraagde competenties iets extra's moeten zeggen over de functie. Deze twee respondenten geven aan dat de opsteller van de vacaturetekst zich vooral moet richten op de competenties die de functie, organisatie en/of organisatiecultuur bijzonder maken. Verder stoort 15% (3 respondenten) zich aan onjuiste competenties en vindt 20% (4 respondenten) dat de gevraagde competenties later terug te vinden moeten zijn in de functie. Eén respondent (5%) geeft aan dat functies achteraf vaak minder spannend zijn, een andere respondent (5%) geeft aan dat er vaak wervende competenties worden gevraagd, terwijl die in de functie helemaal niet zo belangrijk blijken

te zijn. Menig werkgever stelt de vacature mooier voor dan dat deze in werkelijkheid is, geeft 35% (7) van de respondenten aan. Volgens sommigen wordt dit gedaan om de vacature aan de man te brengen, anderen gaven aan dat werkgevers op zoek zijn naar het schaap met de vijf poten. De macht die de werkgever hierbij heeft, is afhankelijk van de situatie op de arbeidsmarkt. Op een ruime arbeidsmarkt heeft de werkgever de gelegenheid alles te vragen wat hij wil. Op een krappe arbeidsmarkt heeft de werkzoekende echter veel meer macht en zal de werkgever veel meer moeite moeten doen om geschikte kandidaten te vinden voor de openstaande vacature. Dit onderzoek is uitgevoerd op een moment waarop de arbeidsmarkt voor pensioenspecialisten krap was. 10% (2) van de respondenten geeft ook nog aan het slecht te vinden als er geen uitleg gegeven wordt bij de gevraagde competenties. Door geen aanvullende informatie te geven bij de competenties kan iedereen de gevraagde competenties op zijn eigen manier inschatten (5%, 1 respondent) en met uitleg kan de werkgever aangeven waarvoor de gevraagde competenties binnen de organisatie precies voor dienen (5%, 1 respondent).

Korte of niet te lange vacatures hebben bij 40% (8) van de respondenten de voorkeur. Vier respondenten (20%) vinden korte vacatures het prettigst. Zij geven aan dat door de korte tekst, de gevraagde informatie duidelijk is. Weinig tekst en puntsgewijs competenties vragen vinden ze overzichtelijk. Deze respondenten hebben alle vier de voorkeur voor de eerste advertentie van pensioenspecialist bij het Pensioenfonds voor Horeca&Catering. De tekst van Aegon vinden ze alle vier te lang. Van de vier respondenten die aangeven dat de vacaturetekst niet te lang mag zijn, gaven drie (15%) de voorkeur aan de eerste vacaturetekst. De tekst van Aegon vonden zij veel te lang. Eén respondent geeft aan dat aanvullende informatie op de website gezet kan worden. Een beeld schetsen van de functie in de vacaturetekst is voldoende. De andere respondent vond de vacaturetekst van Aegon beter, omdat deze completer is dan de eerste tekst van het Pensioenfonds. Het gebruik van competenties kan kort gehouden worden door alleen de keycompetenties te vragen (40%, 8 respondenten) en de algemene competenties achterwege te houden. Vier respondenten (20%) vindt het prettig als er doorgroeimogelijkheden worden vermeld in de vacature of als er een uitdaging wordt weggezet. Een opleiding noemen en ervaring vragen werd verder nog door 5% van de respondenten (=1 respondent) genoemd voor een goede vacature en 5% stoort zich aan een arrogante uitstraling en nog eens 5% (1 respondent) aan relatieve begrippen als 'uitstekend'.

De respondenten is gevraagd of zij vinden dat de gevraagde competenties een eerlijk beeld geven van de vacature. 85% (17 respondenten) vond in meer of mindere mate dat dit niet geval is. 10% (2) zei absoluut nee, de andere 65% (13) zei vaak niet of niet altijd. Verder vond 10% (2) in dit onderzoek dat dit verschilde per werkgever/vacature. Slechts 15% (3) van de respondenten vond dat er wel een eerlijk beeld gegeven werd. Zij gaven aan dat de organisatie bepaalde verwachtingen weergeeft met de gevraagde competenties (5%, 1 respondent) en dat de competenties de kwaliteiten aangeven waarover je moet beschikken (10%, 2 respondenten). Volgens 1 respondent (5%) is dit vaak het afgeleide van een opgesteld competentieprofiel.

4.1.4 Thema 4: Relatie tussen het noemen van competenties en het beeld van de organisatie

‘Een vacature is de eerste indruk van een organisatie’ zegt 20% (4) van respondenten. Het fungeert als het ware als een visitekaartje. Men vindt het belangrijk dat er een goed beeld van de organisatie gegeven wordt, daarbij geven de gevraagde competenties in ieder geval voor een deel de cultuur weer (15%, 3 respondenten). ‘Algemene competenties zeggen niets over een bedrijf’ geeft 10% (2) van de respondenten aan. Door juist voor het bedrijf of voor de functies belangrijke keycompetenties te noemen, kan een werkgever competenties gebruiken om een goed beeld van het bedrijf en de bijbehorende bedrijfscultuur weer te geven. 10% (2 respondenten) geeft aan dat ze het belangrijk vinden om in de vacature een totaalbeeld te krijgen van de functie en van de organisatie. Als dit niet het geval is, haken zij af en vinden ze de vacature bij voorbaat al niet interessant meer.

Hoe belangrijk de vacaturetekst is voor de respondenten, blijkt uit het antwoord op de vraag ‘Hoe belangrijk vind je de inhoud van de vacaturetekst als je de bedrijfsnaam en de functie hebt gelezen?’. 95% (19) van de respondenten vindt dit belangrijk, waarvan 40% (8) zelfs zeer belangrijk. Slechts 5% (1) geeft aan de inhoud neutraal te beoordelen. Als reden waarom de inhoud zo belangrijk is, werd aangegeven dat eenzelfde functie bij verschillende werkgevers verschillend ingevuld kan worden (55%, 11 respondenten). Vier respondenten (20%) geven aan dat de inhoud van de vacaturetekst bepaalt of ze gaan solliciteren op de vacature. Voor twee respondenten (10%) is de vacaturetekst een indruk van de vacante functie en de organisatie en of je er past. Twee respondenten (10%) vinden dat naast de functienaam aanvullende informatie nodig is om de functie te kunnen inschatten is en één respondent (5%) beoordeelt de vacaturetekst als informatie over wat je in de functie dagelijks gaat doen.

Alle gevonden vacatureteksten verwijzen voor meer informatie naar de website van de organisatie. 90% (18) van de respondenten vindt het prima om daar aanvullende informatie over de organisatie te vinden. Slechts 10% (2 respondenten) vindt dat de vacature voldoende informatie moet geven en vindt het niet belangrijk een kijkje op de website te nemen. Beide respondenten komen uit de leeftijdscategorie middelbare leeftijd (tussen de 35 en 49 jaar, Van der Heijden, 2006). Aangezien de andere vier respondenten (20%) uit deze groep er geen probleem mee hebben het internet te gebruiken, kan er geen uitspraak gedaan worden over de generatie en het niet willen bekijken van de website van de organisatie voor aanvullende informatie. Door naar de website te gaan, krijgen de respondenten extra informatie over het bedrijf (75%, 15). De website geeft de uitstraling van het bedrijf weer en een indruk van de organisatiecultuur (45%, 9). 20% (4 respondenten) gaat op de website op zoek naar belangrijke competenties. De respondenten gaven aan dat over het algemeen de competenties al in de vacaturetekst gevraagd werden. Tijdens de zoektocht naar geschikte vacatures voor de interviews, bleken inderdaad alle gevonden vacatures competenties te vragen.

4.1.5 Thema 5: Keycompetenties

Dit thema moet antwoord geven op de vraag of de respondenten de gevraagde competenties zien als keycompetenties. Aangezien een groot deel van de respondenten (85%, 17 respondenten) het beeld dat geschetst wordt vaak niet als eerlijk bestempelt en men bovendien vindt dat er teveel (60%, 12 respondenten) en teveel algemene competenties (50%, 10 respondenten) gevraagd worden, moet deze vraag ontkennend worden beantwoord (zie thema drie). Veel werkgevers vragen naar algemene competenties. Deze hebben voor werkzoekenden echter weinig meerwaarde omdat ze niets bijzonders zeggen over de functie of over het bedrijf. 30% (6 respondenten) geeft aan dat de algemene competenties een vacature niets onderscheidends geven. Bovendien zijn ze vaak vanzelfsprekend bij een bepaald werk- en denkniveau en/of een bepaalde functie.

Iets meer dan de helft van de respondenten, 55% (11 respondenten), beschouwt de gevraagde competenties wel als leidend om wel of niet op de vacature te reageren. Men wil zichzelf wel (in meer of mindere mate) terug kunnen vinden in de beschrijving. De competenties moeten aanwezig zijn en/of men moet het gevoel hebben dat ze te ontwikkelen zijn. De andere 45% (9 respondenten) geeft aan dat de gevraagde competenties niet leidend zijn, maar dat ze vooral naar andere aspecten als de functie-inhoud kijken. 15% (3 respondenten) van de respondenten geeft aan dat ze echt niet naar de gevraagde competenties kijken.

Veel respondenten maken een vergelijking tussen de eigen competenties en de gevraagde competenties. 45% (9 respondenten) zegt aan de gevraagde competenties te kunnen zien of de functie bij ze past. Daarnaast zegt 30% (6 respondenten) dat de competenties een indicatie vormen of ze aan de eisen kunnen voldoen. 5% (één respondent) geeft aan dat er vaak zoveel competenties gevraagd worden dat er altijd wel een aantal tussen staan waar je aan kunt voldoen. Voor haar is de functie-inhoud veel belangrijker, maar ze vindt het wel belangrijk zichzelf terug te vinden in de functie. Het opleidingsniveau en de (juridische) richting vindt ze het meest richtinggevend.

Het vragen van zes of zeven keycompetenties maakt een vacaturetekst ook aantrekkelijker voor de meeste respondenten in dit onderzoek. Zes respondenten (30%) geven expliciet aan dat werkgevers in een aantrekkelijke vacaturetekst alleen de keycompetenties vragen. Voor de respondenten (10, 50%) die aangaven dat ze het vervelend vinden dat er teveel competenties gevraagd worden of die (5 respondenten, 25%) het goed vonden als er niet teveel competenties gevraagd worden, is dit ook een oplossing. De keycompetenties kunnen voor 15% (3) van de respondenten ook een weergave van de bedrijfscultuur weergeven en daarmee een bijdrage leveren aan de beeldvorming over de organisatie. Aangezien de website van de werkgever voor 90% (18) van de respondenten een bron is voor extra informatie, kunnen daar eventueel aanvullingen met andere competenties gegeven. Het onderscheid met de keycompetenties blijft dan wel belangrijk.

4.2 Zelfbeeld

In relatie tot alle deelvragen zijn de resultaten besproken met uitzondering van deelvraag drie; 'Hebben werkzoekenden een expliciet beeld van hun eigen competenties?'. Het onderzoek doet vermoeden van wel. Respondenten proberen zichzelf terug te vinden in de gevraagde competenties. Voor zes respondenten (30%) zijn de gevraagde competenties

een indicatie of hij of zij hieraan kan voldoen. Negen respondenten (45%) bekijkt aan de hand van de gevraagde competenties of de functie bij hem of haar past. Deze respondenten maken daarmee dus een vergelijking tussen het gevraagde en hun zelfbeeld. Van der Heijden (2006) geeft ook aan dat we aan mogen nemen dat een medewerker zelf in een goede positie is om een valide inschatting te maken van zijn of haar eigen kennis en vaardigheden. Hij of zij heeft toegang tot een breed spectrum van gedragingen in verschillende situaties en over verschillende periodes. Aangezien beoordelingen per definitie subjectief zijn, ze spelen zich immers af in hoofden van mensen, kan er wel een vraagteken geplaatst worden over hoe de vergelijking van het zelfbeeld en de gevraagde competenties gemaakt wordt en hoe deze moet worden geïnterpreteerd. Het 'leniency effect' speelt hierbij een rol: mensen worden gedreven door zelfverheerlijking en halen hun verdiensten meer aan dan hun falen. Bovendien blijken werknemers zichzelf een halve tot een hele standaarddeviatie hoger te beoordelen dan hun chef of naaste collega (Van der Heijden, 2006). Uit dit onderzoek komt naar voren dat 85% (17) van de respondenten vindt dat een vacature geen of niet altijd een eerlijk beeld schetst van de functie. Zeven van hen (35% van de totale onderzoekspopulatie) vinden dat werkgevers een mooier beeld van de functie schetsen dan de werkelijkheid. Zes respondenten (30%) vinden dat er niet noodzakelijke of niet relevante competenties worden gevraagd. Eén respondent geeft aan dat sollicitanten in reactie hierop zichzelf in hun CV ook mooier voordoen dan de werkelijkheid. Biernat (2005) geeft in haar theorie over assimilatie en contrast aan dat wanneer het contrast klein is, het verschil zal worden genegeerd.

Hoofdstuk 5 Conclusies, discussie en aanbevelingen

‘Een vacaturetekst is een eerste indruk van een organisatie’ geeft 20% (4) van de respondenten in dit onderzoek aan. Het fungeert als het ware als het visitekaartje van een organisatie. Voor 95% (19) van de respondenten is de inhoud van een vacaturetekst belangrijk. In dit onderzoek speelde de vraag: *‘Bevordert het noemen van competenties in vacatureteksten de bereidheid van (potentieel) werkzoekenden in de pensioenbranche te solliciteren?’* de hoofdrol. Met behulp van de antwoorden op de deelvragen wordt deze vraag beantwoord. Er wordt op basis van de resultaten van dit onderzoek aangegeven op welke manier een werkgever volgens de respondenten het beste met competenties in vacatures om kan gaan en wat een werkgever beter niet kan doen in een vacaturetekst. De conclusies worden per deelvraag besproken. Na de deelvragen komt de hoofdvraag aan de orde. Vervolgens worden enkele beperkingen van het onderzoek naar voren gebracht en als laatste zullen er aanbevelingen worden gedaan voor verder onderzoek.

5.1 Deelvragen en hoofdvraag van het onderzoek

1. *Herkennen werkzoekenden competenties in vacatureteksten?*

De respondenten bleken in staat te zijn omschrijvingen van het begrip competentie te geven. Alle respondenten wisten een omschrijving te geven die in meer of mindere mate overeenkwam met de definities die gevonden zijn in de literatuur. Niemand gaf aan geen idee te hebben. Bovendien waren de respondenten in staat diverse voorbeelden van de competenties uit de voorgelegde vacatureteksten te halen. Vaardigheden werden relatief vaak genoemd door 80% (16) van de respondenten. Mulder (2002) en Van der Heijde en Van der Heijden (2006) geven aan dat alleen vaardigheden een te beknopte omschrijving is, omdat deze slechts een enkele taak omvatten, terwijl een competentie een serie van verschillende taken omvat binnen een bepaald domein. 40% (8) van de respondenten noemt alleen de term vaardigheden en is daarmee dus eigenlijk te beperkt in de omschrijving van het begrip competentie. De andere 35% (7) geeft ook nog een aantal andere omschrijvingen. Bij het voorleggen van de vacatureteksten werden door alle respondenten één of meer personeuseigenschappen in beide vacatureteksten herkend als competentie en niet alleen vaardigheden. Ook werd door de helft van de respondenten (10) kennis aangemerkt als competentie. De 20% (4) van de respondenten die niet de term ‘vaardigheden’ noemden, omschreven competenties als kwaliteiten (5%, 1), gebieden waar je goed in bent (5%, 1), benodigde eigenschappen (5%, 1) en waarneembaar gedrag (5%, 1).

De respondenten in dit onderzoek bleken in staat een aantal competenties in de vacatureteksten te herkennen. Er zat wel een groot verschil in het aantal herkende competenties tussen de verschillende respondenten. Gemiddeld herkenden de respondenten zes van de tien competenties uit de eerste vacaturetekst en vijf van de vijftien uit de tweede vacaturetekst. In de eerste vacaturetekst werden de competenties opgesomd; deze zijn hierdoor makkelijker te herkennen dan de competenties in de tweede vacaturetekst, welke in een tekst genoemd werden. De tweede tekst is daarnaast minder expliciet in het vragen naar competenties. Er werd heel direct slechts naar twee competenties gevraagd (met de woorden ‘je hebt...’ en ‘je bezit...’), de overige dertien

competenties stonden ergens in de tekst. Dit maakte het vinden van de competenties duidelijk minder eenvoudig voor de respondenten. Ze herkenden er gemiddeld minder in de tekst en moesten meer moeite doen om ze te vinden. Gezien het grote aantal competenties in de vacaturetekst en de manier waarop ze (verborgen) worden genoemd, is het de vraag in hoeverre de werkgever, in dit geval Aegon, echt verwacht dat kandidaten aan al deze competenties voldoen. Werkgevers kunnen de competenties die zij terug willen zien bij sollicitanten dus het best expliciet noemen, dan zijn ze voor werkzoekenden het beste herkenbaar. Dit kan door het onder een kopje te zetten en ze dan op te sommen of door ze te vragen met behulp van hulpwoorden als 'hebben' of 'bezitten'. Hierdoor wordt ook gelijk een stuk duidelijker welke competenties door een werkgever als keycompetenties worden gezien in de functie. Het is aannemelijk dat er dan sollicitanten reageren op die functie die ook het meest geschikt zijn voor de functie omdat zij zichzelf herkennen in deze keycompetenties. Het levert kwalitatief een beter resultaat op voor de werkgever. Voor werkzoekenden wordt het makkelijker te beoordelen of zij geschikt zijn voor de functie en ze kunnen hun kans op de baan beter inschatten.

2. Hoe kan het gebruik van competenties vacatureteksten aantrekkelijk maken?

Uit het onderzoek komen sterke en zwakke punten van een vacaturetekst naar voren. Door vooral gebruik te maken van de sterke punten en de zwakke punten zoveel mogelijk achterwege te laten, kunnen werkgevers een vacaturetekst zo aantrekkelijk maken voor werkzoekenden. Bij de resultaten bleek al dat niet alleen de competenties een rol spelen. Hieronder volgt eerst een beschrijving van de punten die volgens de respondenten in dit onderzoek een positieve bijdrage leveren aan vacatureteksten en daarna de punten die beter vermeden kunnen worden.

Duidelijkheid is een belangrijk aspect van de vacaturetekst (55%, 11 respondenten); dit geldt voor de competenties die gevraagd worden, maar ook de andere stukken tekst moeten prettig leesbaar zijn. Competenties kunnen verduidelijkt worden door uitleg te geven over wat de werkgever eronder verstaat en ze niet louter op te sommen (10%, 2 respondenten). Alleen de keycompetenties van de functie vragen, helpt ook om duidelijk beeld te schetsen (30%, 6 respondenten). Uit de voorkeuren van de twee vacatureteksten is wel op te maken dat het per persoon verschilt wat iemand een duidelijke vacaturetekst vindt. De ene helft van de respondenten vond namelijk de eerste tekst de beste, de andere helft de tweede. Van de twintig respondenten hebben er drie (15%) hun voorkeur uitgesproken vanwege de functie-inhoud en zij kunnen bij de voorkeursvraag dus beter buiten beschouwing gelaten worden. De overige zeventien (85%) hebben hun voorkeur wel gebaseerd op de presentatie van de vacaturetekst en het gebruik van competenties. Van deze zeventien respondenten hadden negen (53%) de voorkeur voor de eerste vacaturetekst van pensioenspecialist en de andere acht (47%) de voorkeur voor de vacature van relatiebeheerder pensioenen. Duidelijkheid is dus niet objectief en verschilt blijkbaar zo per respondent dat hier geen uitspraak gedaan kan worden over de manier waarop een werkgever voor alle werkzoekenden een zo duidelijk mogelijke vacaturetekst kan maken.

De respondenten gaven aan dat ze het belangrijk vinden dat een vacaturetekst compleet is. Hierbij zeiden ze dat er niet alleen competenties gevraagd moeten worden, maar dat ze een beschrijving van de functie-inhoud, bijvoorbeeld door een beeld te geven van de dagelijkse werkzaamheden, heel belangrijk vinden (55%, 11). Verder zei 60% (12) van de respondenten graag een complete vacature te zien waarbij ook informatie wordt gegeven over de organisatiestructuur en -cultuur. Vanuit de literatuur wordt dit bevestigd aangezien

de vacatures met weinig informatie als het minst interessant beschouwd worden (Barber en Roehling, 1993). Bijna alle respondenten (90%, 18) vinden het niet erg om ook nog even op de website van de organisatie te kijken om daar aanvullende informatie te vinden. Bovendien ziet 40% (8) van de respondenten bij voorkeur korte of niet te lange vacatureteksten. Een aantrekkelijke vacaturetekst omvat voor de respondenten in dit onderzoek dus een korte schets van de organisatie en de organisatiecultuur, een beschrijving van de belangrijkste werkzaamheden en een aantal competenties (zie de volgende alinea). Zo is de vacature compleet zonder te lang te worden. Voor overige informatie kan de werkgever in de vacaturetekst verwijzen naar de website en daar meer uitgebreid ingaan op de organisatie en haar kenmerken en eventueel een volledig competentieprofiel plaatsen.

Wat betreft competenties kunnen werkgevers zich het beste richten op de keycompetenties die de essentie van de functie weergeven of de organisatie iets speciaals geven (40%, 8). Vijf respondenten (25%) zeggen dat er niet teveel competenties gevraagd moeten worden. Vanuit de literatuur blijkt dat zes of zeven competenties voldoende zijn om de keycompetenties van de functie weer te geven en deze kunnen het verschil maken tussen een kandidaat die gemiddeld presteert en een kandidaat die uitmuntend presteert (Mitrani, 1992). Algemene competenties hebben geen toegevoegde waarde voor de vacaturetekst en kunnen achterwege blijven (50%, 10 respondenten). De competenties die gevraagd worden, moeten later terug te vinden zijn in de functie (25%, 5 respondenten). Eén respondent (5%) geeft aan dat functies achteraf vaak minder spannend zijn, een andere respondent (5%) geeft aan dat er vaak wervende competenties worden gevraagd, terwijl die in de functie helemaal niet zo belangrijk blijken te zijn. Belangrijk is verder dat de nieuwe werknemer een uitdaging kan vinden in de functie. Competenties kunnen gebruikt worden om deze uitdaging te bieden, mits het gaat om ontwikkelbare competenties. Vooral persoonseigenschappen en intelligentie zijn niet of moeilijk te ontwikkelen (Van Dongen, 2003; Koopman e.a., 2000; Mitrani et al, 1992). Deze zal een werkgever dus het beste als vereiste competenties op kunnen nemen in de vacaturetekst. Intelligentie is moeilijk aan te geven als competentie, maar opleidingsniveau speelt hierbij wel een belangrijke rol. In de verdere selectieprocedure kan dit met behulp van intelligentietesten verder worden uitgezocht. Een werkgever maakt zijn vacaturetekst voor werkzoekende dus het meest aantrekkelijk door zes of zeven keycompetenties (vooral persoonseigenschappen en het opleidingsniveau) van de functie te vragen. Ontwikkelbare competenties uit de vacaturetekst kunnen voor werkzoekenden de uitdaging bieden die zij zoeken in een nieuwe functie.

Respondenten vinden dat de competenties vaak geen eerlijk beeld van de functie geven (85%, 17). Vacatures worden vaak mooier voorgesteld dan dat ze daadwerkelijk zijn. Daardoor missen werkgevers goede kandidaten. Als het beeld dat geschetst wordt, voldoet aan de verwachting trekt dit de juiste kandidaten aan (assimilatie). Is er echter een contrast, dan stoot dit kandidaten af. Dit contrast kan gebruikt worden om de niet-geschikte kandidaten buiten de sollicitaties te houden (Biernat, 2005).

Tegenover deze punten staan de punten die door werkgevers in de vacatureteksten beter vermeden kunnen worden. Veelal is dit het tegenovergestelde van de voornoemde onderwerpen. Zo geeft 20% aan zich te storen aan onduidelijke teksten, deze respondenten geven tegelijkertijd aan dat duidelijkheid belangrijk is. Bij onduidelijke vacatureteksten lezen de respondenten niet verder, waardoor een mogelijk geschikte kandidaat niet solliciteert en een werkgever daarmee goede reacties mis kan lopen. Ook het missen van een duidelijke beschrijving van de werkzaamheden ziet 15% (3) als storend. Geen competenties (5%, 1),

teveel competenties (50%, 10), niet onderscheidende competenties (50%,10) en onjuiste competenties (15%,3) maken een vacaturetekst minder aantrekkelijk. Werkgevers moeten het beeld van de functie ook niet mooier maken dan dat deze in de werkelijkheid is (35%,7). Dit trekt mogelijk te hoog gekwalificeerde medewerkers aan, wat de arbeidstevredenheid aan kan tasten (Rose, 1994). Deze punten bevestigen de hiervoor getrokken conclusies dat een werkgever een vacaturetekst aantrekkelijk kan maken door een korte schets van de organisatie en de organisatiecultuur, een beschrijving van de belangrijkste werkzaamheden en zes of zeven keycompetenties (vooral persoonseigenschappen en het opleidingsniveau) van de functie. Een reële voorstelling van de functie maakt dat werkzoekenden een uitdaging in de functie kunnen vinden, zonder overgekwalificeerd te zijn. Dit voorkomt dat de functie voor de nieuwe medewerker direct na indiensttreding al tegenvalt.

3. Hebben werkzoekenden een expliciet beeld van hun eigen competenties?

Vanuit het leniency effect valt op te maken dat kandidaten zijn geneigd zichzelf rooskleuriger af te schilderen. Uit het literatuuronderzoek kwam verder naar voren dat werknemers zichzelf vaak iets beter beoordelen dan hun leidinggevende en hun collega's. Desondanks zijn mensen wel in staat een valide inschatting te maken van zijn of haar eigen kennis en vaardigheden (Van der Heijden, 2006). In dit onderzoek geven respondenten aan een vergelijking te maken tussen de gevraagde competenties en het beeld van hun eigen competenties. Hiermee geven zij dus aan dat ze een expliciet beeld hebben van hun eigen competenties. 40% (8 respondenten) vindt dat je aan de gevraagde competenties moet kunnen voldoen. 10% (2) geeft aan dat als je er niet aan kunt voldoen, je de competenties in ieder geval moet kunnen ontwikkelen. Voor 30% (6) van de respondenten zijn de gevraagde competenties ook echt een indicatie of ze aan de eisen kunnen voldoen en beoordeelt de vacature hierop voordat ze reageren. 45% (9) ziet door de gevraagde competenties of de functie bij hen past.

4. Wat is de relatie tussen het noemen van competenties en het beeld dat dit schetst van een organisatie?

'Een vacature is een eerste kennismaking met een organisatie als potentiële werkgever' zei 20% (4) van de respondenten in dit onderzoek. Daarmee fungeert de vacaturetekst als een soort visitekaartje. De competenties die genoemd worden, geven een stukje cultuur van de organisatie bloot (15%, 3 respondenten). Alleen de respondenten die de organisatiecultuur koppelen aan de gevraagde competenties zien in de competenties een beeld van de organisatie. De antwoorden van de overige respondenten geven geen informatie om deze deelvraag te kunnen beantwoorden. Blijkbaar zien de respondenten geen belangrijke rol voor competenties weggelegd bij het plaatje dat een organisatie van zichzelf schetst in een vacaturetekst. De respondenten hebben echter ook niet expliciet gezegd dat de competenties geen rol spelen, behalve degenen die competenties helemaal niet belangrijk vinden. Drie respondenten (15%) gaven namelijk aan dat zij bij hun zoektocht naar een nieuwe baan helemaal niet naar competenties kijken. Algemene competenties hebben in ieder geval geen meerwaarde voor 30% (6) van de respondenten. Deze zeggen namelijk niets over de functie en niets over de organisatie.

Het totaalbeeld, waar competenties wel een deel van uit kunnen maken, is waar het om gaat. Dit vindt 65% (13) van de respondenten. Vooral de kerncompetenties van een organisatie (Pralhad en Hamel, 1990, zie paragraaf 2.1) kunnen daarbij een belangrijke rol spelen, omdat juist deze competenties de kracht van een organisatie weergeven.

Competenties op persoonsniveau zijn hier een afgeleide van en zeggen dus iets over welk type persoon goed in de betreffende organisatie past. De keycompetenties van een functie die het beste genoemd kunnen worden in de vacaturetekst kunnen hiervan dus zijn afgeleid. De website van de organisatie speelt een belangrijke rol om het totaalbeeld van de organisatie te krijgen. Bijna alle respondenten (90%, 18) vinden het geen probleem om daar extra informatie over de functie of de organisatie te zoeken. Slechts 10% (2 respondenten) vindt dat de vacature dit beeld moet scheppen en deze respondenten maken geen gebruik van website. De website kan dus gebruikt worden om details over de organisatie en de functie aan te vullen, maar de vacaturetekst moet al een compleet beeld geven als het gaat om een korte schets van de organisatie en de organisatiecultuur, een beschrijving van de belangrijkste werkzaamheden en de keycompetenties van de functie.

5. Ziet de werkzoekende de genoemde competenties als keycompetenties van de functie?

De respondenten zagen competenties in vacatureteksten niet als keycompetenties van de functie. 60% (12 respondenten) vindt namelijk dat er teveel competenties gevraagd worden en 50% (12 respondenten) geeft aan dat er teveel algemene competenties gevraagd worden. Bovendien vindt een groot deel van de respondenten (85%, 17) dat er geen eerlijk beeld van de benodigde competenties gegeven wordt in een vacaturetekst. Van hen geven 7 respondenten (35% van het totaalrespondenten) aan dat werkgevers de vacature met de competenties een mooier beeld van de functie proberen te schetsen dan de werkelijkheid. Een aantal respondenten (30%, 6) geeft dat aan het veel beter is als werkgevers zich in een vacaturetekst richt op de keycompetenties. De respondenten hebben niet aangegeven hoeveel competenties zij als veel of teveel bestempelen. Vanuit de literatuur wordt het aantal van zes of zeven genoemd (Mitrani, 1992). Dit aantal is voldoende om de keycompetenties van een functie weer te geven. Ook algemene competenties als klantgerichtheid en zelfstandigheid worden door de respondenten niet gewaardeerd. Werkgevers kunnen zich in de vacatureteksten beter beperken tot de keycompetenties die horen bij de functie en organisatie. Men doelt hiermee op competenties die de functie bijzonder maken en niet vanzelfsprekend zijn.

Hoofdvraag: Bevordert het noemen van competenties in vacatureteksten de bereidheid van (potentieel) werkzoekenden om in de pensioenbranche te solliciteren?

Of competenties de bereidheid van (potentieel) werkzoekenden in de pensioenbranche om te solliciteren kan verhogen, kan niet zomaar met ja of nee worden beantwoord. Het is namelijk sterk afhankelijk van de manier waarop er met competenties wordt omgegaan in de vacaturetekst. Iets meer dan de helft van de respondenten geeft te kennen dat ze competenties wel in meer of mindere mate leidend vinden bij de zoektocht naar een passende baan. De anderen vinden andere informatie veel belangrijker en dan wordt vooral gedoeld op de inhoud van de functie door bijvoorbeeld het beschrijven van de werkzaamheden. Het gaat er dus om een compleet beeld van de functie en de organisatie te schetsen, waarbij competenties wel een rol spelen.

Om zo goed mogelijk met competenties om te gaan in vacatureteksten, kan een werkgever het beste een eerlijk beeld van de functie schetsen. Daarbij moet de werkgever niet te veel competenties vragen, maar zich richten op degene die de functie en de organisatiecultuur bijzonder maken, de zogenaamde keycompetenties van de functie. Deze keycompetenties kunnen dan tegelijk een uitdaging bieden voor de potentiële kandidaten.

Door ze onder een kopje te benoemen, zijn ze het beste te herkennen. Het maakt daarbij niet uit of er opgesomd wordt met behulp van punten of dat er een stukje tekst gebruikt wordt.

Een vacature iets mooier voorstellen, hoeft niet echt een probleem te zijn. Uit het onderzoek blijkt dat werkzoekenden daar ook wel doorheen kunnen prikken, ze gaan er immers bij voorbaat al vanuit dat een werkgever iets overdrijft in de vacaturetekst. Bovendien kan door het verschil in zelfbeoordeling van een kandidaat en de beoordeling die een ander (leidinggevende of naaste collega) over hem of haar geeft juist een vergelijkbaar beeld geeft. Een werkgever moet er wel rekening mee houden dat een werknemer die (licht) ondergekwalificeerd is voor een functie meer tevreden is dan een werknemer die overgekwalificeerd is (Rose, 1994).

Uit de vraag welke van de twee voorgelegde vacatures de voorkeur geniet, valt niet direct af te leiden hoe men een vacaturetekst aantrekkelijk kan maken. De ene helft van de respondenten geeft de voorkeur aan de vacature van pensioenspecialist bij het Pensioenfonds Horeca&Catering, de andere helft geeft de voorkeur aan de vacature van relatiebeheerder pensioenen bij Aegon. Uit de argumentatie waarom de een of de andere de voorkeur geniet, kwam een deel van de voorgenoemde conclusies naar voren over wat een vacaturetekst aantrekkelijk kan maken. De vacature van pensioenspecialist kreeg wel een iets hogere beoordeling, maar het verschil is klein.

Bijdrage aan de theorie

Uit dit onderzoek blijkt dat competenties een belangrijke rol kunnen spelen in vacatureteksten voor potentieel werkzoekenden. De respondenten bleken bekend te zijn met het begrip competentie en waren in staat één of meerdere competenties in de voorgelegde vacatureteksten te herkennen. Daarnaast blijkt uit de geraadpleegde literatuur dat veel werkgevers bekend zijn met het gebruik van competentie management (De Lange e.a. 2008; Mulder 2001). Alle verzamelde vacatures in dit onderzoek bleken competenties te bevatten. Het vragen van keycompetenties kan een goed beeld van de functie geven en benadrukken wat een goede kandidaat in huis moet hebben om de functie op een goed niveau te vervullen. Het vragen van keycompetenties fungeert daarmee als een communicatiemiddel tussen werkgever en werkzoekende. Dit onderzoek is explorierend van aard en de resultaten zijn daarmee indicatief. Verder onderzoek is nodig om de meer generaliseerbare conclusies te trekken. In de volgende paragrafen komen de beperkingen en aanbevelingen van dit onderzoek aan bod. Hierbij wordt ook nader ingegaan over hoe in de resultaten van dit onderzoek uitspraken gedaan kunnen worden die algemener generaliseerbaar zijn.

5.2 Beperkingen van het onderzoek

In verband met de beschikbare tijd (ongeveer 600 uur) en het minimale budget heeft dit onderzoek op relatief kleine schaal plaatsgevonden. Het is uitgevoerd onder twintig medewerkers in de pensioenbranche, een relatief kleine groep in deze sector. Onder hen is één leidinggevende, de anderen zijn in diverse functies werkzaam op uitvoerend niveau. Cijfers betreffende de opbouw van medewerkers bleken niet te achterhalen te zijn. Er kunnen dus geen uitspraken gedaan worden over de juiste afspiegeling van de ondervraagde

groep. De respondenten gaven tijdens het onderzoek vaak aan het onderwerp lastig te vinden. Gezien de diversiteit aan begrippen binnen de literatuur van competentie management is dit niet zo verwonderlijk. Uit onderzoek van Bekker e.a. (2007) blijkt het onderwerp ook meer te leven onder leidinggevenden dan onder uitvoerende medewerkers. De doeleinden waarvoor competentie management wordt ingezet, namelijk beoordeling, opleiding & scholing en loopbaanontwikkeling, maakt dat leidinggevenden veel meer met deze aspecten te maken hebben dan uitvoerende medewerkers. Medewerkers voor wie dit wordt ingezet, zullen veelal beter op de hoogte zijn. De leidinggevende in dit onderzoek kon inderdaad veel dieper op de materie ingaan en wist veel meer competenties te herkennen dan de meeste andere respondenten.

Tijdens interviews kun je alleen vragen naar hoe iemand zich zal gedragen in een bepaalde situatie. Het blijft altijd gissen of iemand in die situatie ook daadwerkelijk het gedrag vertoont dat hij of zij zegt te gaan doen.

Een andere beperking van het onderzoek komt voort uit de twee voorgelegde vacatureteksten. Doordat een deel van de ondervraagde groep bekend is met Aegon zijn hun antwoorden gekleurd door hun ervaringen bij en met deze werkgever. Bij voorbaat waren zij daardoor al enigszins positief of negatief over deze vacaturetekst.

Het onderzoek is uitgevoerd op een moment dat de arbeidsmarkt voor pensioenmedewerkers relatief krap was (eind 2008). In een krappe arbeidsmarkt heeft de werkzoekende relatief veel macht en kan zijn oordeel daarom ook kritisch vellen over de vacature. Inmiddels (midden 2009) is de arbeidsmarkt door de economische recessie helemaal omgeslagen. Er is nu sprake van een ruime arbeidsmarkt waar de macht vooral bij de werkgever ligt. Waarschijnlijk zullen werkzoekenden nu veel minder kritisch zijn over de manier waarop een vacature is opgesteld. Bovendien kunnen werkgevers hogere eisen stellen (en daarmee meer competenties vragen) omdat er meer werkzoekenden zijn dan openstaande vacatures. De resultaten van dit onderzoek zijn daarom veel belangrijker in een krappe arbeidsmarkt en hebben minder waarde in een ruime arbeidsmarkt. Toch kan een goede en prettige vacaturetekst ook in een ruime arbeidsmarkt van dienst zijn. Als de meest geschikte kandidaten worden aangetrokken en tegelijkertijd de minst geschikte kandidaten worden afgestoten kan het wervingsproces zo efficiënt mogelijk plaatsvinden.

5.3 Aanbevelingen

Uit de verschillende onderzoeken die tijdens het literatuuronderzoek naar voren kwamen, bleken in Nederland ongeveer 20% van de onderzochte organisaties te werken met competentie management. De pensioenbranche valt wel in een sector waar relatief veel gebruik gemaakt wordt van competentie management en omvat bovendien vooral veel grote organisaties (>500 medewerkers). Grote organisaties maken gemiddeld veel meer gebruik van competentie management dan organisaties met een kleinere omvang (Bekker e.a. 2007). Voor het gebruik van competentie management bij werving en selectie kwam men uit op tussen de 72% en de 78% van de organisaties die met competentie management werken. Opvallend in dit onderzoek is dat alle gevonden vacatureteksten competenties bevatten. Dit zou kunnen impliceren dat het gebruik van competentie management bij organisaties in de pensioenbranche meer vanzelfsprekend is dan in andere branches. Logischer lijkt echter dat er onbewust veel meer gebruik van gemaakt wordt dan uit de onderzoeken naar voren komt. Een onderzoek naar het gebruik van competentie management bij organisaties werkzaam in de pensioensector zou dit kunnen verduidelijken.

De totale respondentengroep omvat twintig personen. Dit is een kleine groep ten opzichte van het totaal aan medewerkers in de pensioensector. Om tot algemene uitspraken te komen over de hele beroepsgroep, is een groter onderzoek aan te bevelen. Om ook conclusies te kunnen trekken over andere beroepsgroepen zou het onderzoek onder een nog bredere doelgroep moeten worden uitgezet.

Een andere methode waarmee de resultaten getoetst zouden kunnen worden is het plaatsen van twee bijna identieke advertenties (in ieder geval met dezelfde functie en dezelfde werkgever), waarbij een aantal factoren, die de aantrekkelijkheid van de vacaturetekst volgens dit onderzoek bepalen, verschillen. Met deze methode kan daadwerkelijk gedrag gemeten worden. Deze advertenties worden in een specifiek media geplaatst (voor beide advertenties op dezelfde dag één week na elkaar, in dezelfde katern om de omstandigheden zoveel mogelijk gelijk te houden). Door de respons op beide vacatures te meten kan nagegaan worden welke van de twee vacatureteksten de sollicitatiebereidheid het meest bevorderen. Er kan daarbij gekeken worden naar de kwantiteit, het aantal sollicitaties en naar de kwaliteit; het aantal geschikte sollicitaties. Door dit beide te meten zijn de resultaten interessant voor zowel een ruime als een krappe arbeidsmarkt. Dit onderzoek was hier niet mogelijk omdat het plaatsen van advertenties een kostbare zaak is.

Literatuur

- Baarda, D.B. & Goede, M.P.M., de (2002). *'Basisboek methoden en technieken: handleiding voor het opzetten en uitvoeren van onderzoek'*. Groningen: Stenfert Kroese.
- Baarda, D.B., Goede, de, M.P.M. & Meer-Middelburg van der A.G.E. (2007). *'Basisboek interviewen; een handleiding voor het voorbereiden en afnemen van interviews'*. Groningen: Wolters-Noordhoff.
- Baarda, D.B., Goede, de, M.P.M. & Teunissen, J. (2005). *'Basisboek kwalitatief onderzoek: handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwalitatief onderzoek'*. Groningen: Stenfert Kroese.
- Baarda, D.B., & Goede, de, M.P.M. (2001). *'Basisboek methoden en technieken: handleiding voor het opzetten en uitvoeren van onderzoek'*. Groningen: Stenfert Kroese.
- Barber, A.E. (1998) *'Recruiting employees: individual and organizational perspectives'*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Bekker, S., Ester, P., Evers, G. Gielen, A., Josten, E., Kerkhofs, M., Román, A., Schippers, J. & de Voogd-Hamelink, M. (2007). *'Tendrapport, Vraag naar arbeid 2006'*. Tilburg: Organisatie voor Strategisch Arbeidsmarktonderzoek/Universiteit van Tilburg.
- Biernat, M. (2005). *'Standards and expectancies; contrast and assimilation in judgments of selfs and others'*. New York: Taylor & Francis Group.
- Boxall, P. & Purcell, J. (2003). *'Strategy and Human Resource Management'*. New York: Palgrave Macmillan.
- Deuzeman, C. & Vianen, A. van (1996). De sollicitant als selecteur. *Gids voor personeelsmanagement*, 80, (2), 26-27.
- Dongen, van T. (2003). *'Competentiemanagement. En dan? Een mensgerichte visie op competentiemanagement'*. Zaltbommel: Thema, bedrijfswetenschappelijke en educatieve uitgeverij.
- Forehand, M.R., & Deshpandé, R. (2002). Identity Saliency and the Influence of Differential Activation of the Social Self-Schema on Advertising Response. *Journal of Applied Psychology*, 87(6), 1086-1099.
- Gatewood, R.D., Gowan, M.A. & Lautenschlager G.J. (1993). Corporate image and initial job choice. *Academy of management Journal*, 36, 414-427.
- Heijde, C.M. van der, Heijden, & B.I.J.M. van der, (2006). A competence-based and multidimensional operationalization and measurement of employability. *Human Resource Management*, 45 (3), 449-476.
- Heijden, B.I.J.M. van der (2006). *'Subjectiviteit in personeelsbeoordeling'*. Alphen aan de Rijn: Kluwer.
- Heijden, Th.J. van der (1999). *'Competentiemanagement, van belofte naar verzilvering'*. Deventer: Kluwer.
- Hoekstra, H.A. & Sluijs, E. van (2001). *'Management van competenties; Het realiseren van HRM'*. Assen: Van Gorcum.
- Kampermann & Korsten (2007). De taal van kerncompetenties. Competentiemanagement als strategie. *Overheidsmanagement*, nr. 9, september 2007, 20-24
- Kluijtmans, F. (1993). *'Leerboek personeelsmanagement'*. Deventer: Kluwer.

- Koopman, P.L., Kolk, N.J., Luijk, F. van, & Muijen J.J. van (2000). *'Boven het maaiveld. Vinden en binden van competente en gemotiveerde medewerkers'*. Amsterdam: Uitgeverij Nieuwezijds.
- Lange, W. de, Beks, T., Bree, B. de, Broijl, P., Fahrenfort, J., Hermans & Jong, F., de (2008). *'De effectiviteit van competentie management. Verslag van een onderzoek in de zakelijke dienstverlening'*. Breda/'s-Hertogenbosch: Avans Hogeschool.
- Marchal, M. (2007). Job board toolkits: internet matchmaking and changes in job advertisements. *Human Relations*, 60(7), 1091-1124.
- Manders, F. (2001). *'Praktisch personeelsmanagement'*. Utrecht: Uitgeverij Lemma BV.
- McClelland, D. (1973). Testing for competence, rather than for intelligence. *American Psychologist*, 28 (1), 423-447.
- Mitrani, A., Dalziel M., & Fitt, D. (1992). *'Competency based Human Resources Management; Value-driven Strategies for Recruitment, Development and Reward'*. London: Kogan Page.
- Mulder, M (2002). *'Competentieontwikkeling in organisaties: perspectieven en praktijk'*. Den Haag: Elsevier Bedrijfsinformatie BV.
- Prahalad, C.K. & Hamel, G. (1990). 'The core competence of the corporation' in: *Harvard Business Review*, May-June, 79-91.
- Rose, M. (1994). 'Job satisfaction, job skills, and personal skills'. In Penn, R., Rose, M. & Rubery, J. (eds) *Skills and Occupational Change*. Oxford: Oxford University Press.
- Rynes, S.L., & Barber, A.E. (1990). Applicant attraction strategies: An organizational perspective. *Academy of Management Review*, 15, 286-310.
- Rynes, S.L., Bretz, R.D., & Gerhart, B. (1991). The importance of recruitment in job choice: A different way of looking. *Personnel Psychology*, 44, 487-521.
- Schneider, B. (1987). The people make the place. *Personnel Psychology*, 40.
- Sluijs, E. van, & Kluijtmans, F. (1996). 'Management van competenties'. *M&O, Tijdschrift voor organisatiekunde en sociaal beleid*, 50(3), 200-220.
- Taylor, M.S. & Collins, C. (2000). 'Organizational recruitment: enhancing the intersection of research and practice'. In Cooper, C. and Locke, E. (eds) *Industrial and Organizational Psychology*. Oxford: Blackwell.
- Twisk, T., Singerling, E., & Steenhorst (1997). 'Competentiemanagement volgens Berenschot, Vandaag werken aan de prestaties van morgen'. *Gids voor Personeelsmanagement*, 76(12), 37-39.
- Verheijen, T. (2008). 'Competentiemanagement 2.0'. *Personeelbeleid*, oktober 2008, 11-14.
- Verschuren, P. & Doorewaard, H. (2007). *'Het ontwerpen van een onderzoek'*. Den Haag: Uitgeverij Lemma.
- Wester, F. & van Atteveldt, W. (2006). *'Inhoudsanalyse: theorie en praktijk'*. Deventer: Kluwer.

Geraadpleegde websites:

www.aegon.nl (18/08/2009)

www.cbs.nl/statline (01/09/2009)

www.deltalloyd.nl (18/08/2009)

www.intelligence-group.nl/persberichten (31/12/2007)

www.moaweb.nl/bibliotheek/digitaal woordenboek (24/08/2009):

Zee, F. van der (2004): *Kennisverwerving in de Empirische Wetenschappen, de methodologie van wetenschappelijk onderzoek*. BMOOO, Groningen.

www.verzekeraars.nl (20/08/2009): Verzekerd van cijfers 2009. Dutch Insurance industry in figures.

Bijlage 1: vacaturetekst pensioenspecialist, Pensioenfonds Horeca & Catering

Pensioenspecialist

De functie

Je behandelt geschillen met en klachten van onze deelnemers.

Je onderzoekt de klacht en voert hierover, soms complexe, correspondentie met de deelnemer. Hiervoor onderhoud je contacten met je collega's, bijvoorbeeld juristen.

Je ondersteunt de afdeling Pensioenen op het gebied van complexe brieven en juridische vraagstukken en doet voorstellen om de werkzaamheden te verbeteren.

Jij

- *een gedreven en leergierige professional met een juridische opleiding op minimaal HBO-niveau*
- *uitstekende schriftelijke vaardigheden*
- *resultaatgericht, analytisch sterk en klantgericht*
- *voelt je betrokken bij je werk en kunt goed samenwerken*
- *kennis van pensioenregelingen en ervaring bij een pensioenfonds of verzekeraar is een pre.*

Bijlage 2: vacaturetekst relatiebeheerder pensioenen, Aegon**Service Center Pensioen**

De maatschappij verandert. Nederland vergrijst en ontgroent. De komende jaren krijgt een grote groep mensen te maken met pensioen. Mensen die allemaal goed geïnformeerd, vitaal en goed opgeleid zijn. Mensen die persoonlijk benaderd willen worden en antwoord willen krijgen op hun vragen. Zij willen ook na hun werkzame leven blijven genieten. En daar kunnen wij als Service Center Pensioen een bijdrage aan leveren. Door te luisteren naar de wensen van de klant en samen de juiste financiële keuzes te maken. Om dit te bereiken moet het Service Center Pensioen flexibel zijn. Een strakke en hiërarchische organisatie past hier niet bij. Samenwerken vraagt medewerkers die zelfstandig en professioneel kunnen werken en de wil en het vermogen hebben om zelf te beslissen. We willen een outputgerichte structuur- goed doen wat de klant van ons vraagt. Zelfbewust is goed- zelfgenoegzaam niet. We spreken graag met collega's die verantwoordelijk willen zijn.

Relatiebeheerder Pensioenen

Daarnaast zoeken wij relatiebeheerders Pensioenen. Als relatiebeheerder ben je verantwoordelijk voor het beheer van contracten van meerdere klanten. Vanuit de binnendienst onderhoud je de commerciële en dienstverlenende contacten met jouw klanten. Je werkt in klantenteams samen met mutatiebeheerders en verzorgt de uitvoering van de contracten en pensioenadministratie. Je beantwoordt vragen over de pensioenregeling en aanverwante producten en diensten en stelt periodiek rapportages op. Je hebt HBO denk- en werkniveau. Daarnaast bezit je goede kennis van pensioenen (Pensioenpraktijk 1 en 2, Techniek Leven).

AEGON biedt

AEGON biedt uitdagende en afwisselende functies in een dynamische omgeving met ruimte voor eigen initiatief. Er is veel aandacht voor zowel je persoonlijke als vakmatige ontwikkeling. Passende arbeidsvoorwaarden zijn vanzelfsprekend.

Bijlage 3a: Waarnemingsschema bij vacature 1**Identificatiekenmerken:**

Naam medium (bron): Assurantiemagazine

Internet/print: print

Functie: Pensioenspecialist

Organisatie: Pensioenfonds voor de Horeca en Catering

Definitie competentie:

Een combinatie van kennis, vaardigheden, eigenschappen en motivatie waarmee iemand tot voor een organisatie strategisch belangrijke resultaten kan komen.

Categorieën:

1. Competenties worden puntsgewijs opgesomd
2. Competenties worden wel genoemd, maar staan verborgen in de tekst
3. Competenties worden niet genoemd

Welke competenties worden genoemd?***Kennis:***

Juridische opleiding op minimaal HBO niveau
Kennis van pensioenregelingen

Vaardigheden:

Schriftelijke vaardigheden (uitstekende)

Eigenschappen:

Resultaatgericht, analytisch sterk en klantgericht,
Betrokken en goed kunnen samenwerken

Motivatie:

Gedreven en leergierig

Inhoudelijke beoordeling vacature:

- Vacaturetekst benoemt duidelijk welke kennis (opleidingen, ervaring) nodig is om de functie te vervullen?
Ja/Nee, onderbouwing:
Duidelijk bij de eerste 'dot'
- Vacaturetekst benoemt duidelijk welke vaardigheden nodig zijn om de functie te vervullen?
Ja/Nee, onderbouwing:
Duidelijk bij de tweede 'dot'
- Vacaturetekst benoemt duidelijk welke eigenschappen nodig zijn om de functie te vervullen?
Ja/Nee, onderbouwing
Derde en vierde dot.
- Vacaturetekst benoemt duidelijk welke motivatie nodig is om de functie te vervullen?
Ja/Nee, onderbouwing
Bij de eerste dot, hoewel misschien niet voor iedereen even duidelijk dat dit ook een competentie is.

A. Criteria:

Worden alle type competenties genoemd of in ieder geval drie van de vier? JA

Indien ja: vacature is geschikt om voor te leggen aan respondent.

- Wordt er gesproken over aantal jaren ervaring? Ja/Nee, onderbouwing
Er wordt alleen over ervaring gesproken. Aangezien er maar twee goede print vacatures zijn, moet er in categorie 2 gekeken worden of er een vergelijkbare vacature

B. Criterium:

Beide vacatures dienen hier ongeveer gelijk in te zijn, zodat er twee vergelijkbare vacatures worden voorgelegd.

Beoordeling:

Geschikt: Ja op A en B	...x....
Ongeschikt: Nee op A of B

Bijlage 3b: waarnemingsschema bij vacature 2**Identificatiekenmerken:**

Naam medium (bron): Intermediair

Internet/print: print

Functie: Relatiebeheerder pensioenen

Organisatie: Aegon

Definitie competentie:

Een combinatie van kennis, vaardigheden, eigenschappen en motivatie waarmee iemand tot voor een organisatie strategisch belangrijke resultaten kan komen.

Categorieën:

1. Competenties worden puntsgewijs opgesomd
2. Competenties worden wel genoemd, maar staan verborgen in de tekst
3. Competenties worden niet genoemd

Welke competenties worden genoemd?***Kennis:***

HBO niveau

Goede kennis van pensioenen (Pensioenpraktijk I en II, Techniek Leven)

Vaardigheden:

Vermogen om zelf te beslissen

Informatie verstrekken (communicatieve vaardigheden)

Goed kunnen luisteren

Eigenschappen:

Zelfstandig, professioneel, klantgericht (klanten willen en kunnen helpen),

Outputgericht, flexibiliteit,

Zelfbewust, Commercieel,

dienstverlenend, samenwerkingsvermogen

Motivatie

Verantwoordelijkheid willen nemen

'willen' (genoemd bij beslissingen nemen, klanten helpen) hierboven al benoemd

Inhoudelijke beoordeling vacature:

- Vacaturetekst benoemt duidelijk welke kennis (opleidingen, ervaring) nodig is om de functie te vervullen?
Ja/Nee, onderbouwing:
Er wordt wel een opleiding genoemd (HBO niveau en kennis van pensioenen), er wordt niet gesproken over aantal jaren werkervaring. Blijkbaar is dit minder relevant.
- Vacaturetekst benoemt duidelijk welke vaardigheden nodig zijn om de functie te vervullen?
Ja/Nee, onderbouwing:
Maar wel zeer impliciet
- Vacaturetekst benoemt duidelijk welke eigenschappen nodig zijn om de functie te vervullen?
Ja/Nee, onderbouwing
Deze worden genoemd in de koptekst bij de omschrijving van het Service Center Pensioenen en daardoor zijn ze moeilijk te achterhalen en zullen ze mogelijk over het hoofd gezien worden.
- Vacaturetekst benoemt duidelijk welke motivatie nodig is om de functie te vervullen?
Ja/Nee, onderbouwing
Driemaal wordt het woord 'willen' gebruikt

A. Criteria:

Worden alle type competenties genoemd of in ieder geval drie van de vier? JA

Indien ja: vacature is geschikt om voor te leggen aan respondent.

- Wordt er gesproken over aantal jaren ervaring? Ja/Nee, onderbouwing
Dit maakt de vacature goed vergelijkbaar met de vacature die voor categorie 1 gebruikt wordt; bovendien wordt voor beiden HBO niveau gevraagd.

B. Criterium:

Beide vacatures dienen hier ongeveer gelijk in te zijn, zodat er twee vergelijkbare vacatures worden voorgelegd.

JA

Beoordeling:

Geschikt: Ja op A en B	...X....
Ongeschikt: Nee op A of B

Bijlage 4: Interviewprotocollen

Onderzoek competenties in vacatureteksten

Respondent 1

Aantal vragen persoonsgegevens:

- Leeftijd: 28
- Aantal jaren werkervaring in de pensioenbranche: 3 jaar
- Hoogstgenoten (al dan niet afgeronde) opleiding: HBO

Algemene vragen

1. Wat zijn competenties?
Competenties zijn volgens mij vaardigheden (1.1) die iemand bezit om een functie goed uit te kunnen oefenen.
2. Schetsen competenties in vacatureteksten een eerlijk beeld van de betreffende functie? *Vaak niet. Vaak wordt een mooier beeld geschetst dan wat het in werkelijkheid is. Hiermee willen werkgevers de vacature verkopen. (2.1)*
3. Welke rol spelen competenties in vacatureteksten bij jouw zoekgedrag naar een interessante functie? *Die hebben een kleine rol. Ik let er wel op maar ze zijn voor mij niet doorslaggevend.*
4. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de beste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Wees duidelijk en eerlijk. Dan heb je er als werkzoekende iets aan. (4.1)
5. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de slechtste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Wanneer men het mooier maakt dan het daadwerkelijk is. Dit werkt misleidend. (5.1)
6. Hoe leidend zijn de genoemde competenties in de vacaturetekst voor jou om op een functie wel of niet te solliciteren? Waarom wel/niet?
Competenties zijn niet leidend. Ik kijk er wel naar en ik vind het zeker niet onbelangrijk. Maar vaak is het de vraag of je de betreffende competenties later ook terugvindt in de functie. De eerste indruk van het betreffende bedrijf vind ik veel belangrijker. (6.1)

Verschil mediabron vacaturetekst

7. Vind je het belangrijk dat je direct een volledig beeld van een functie krijgt? Met andere woorden ga je voor de volledigheid nog verder op zoek naar informatie, bijvoorbeeld op de internetsite van de organisatie?
Het hoeft niet volledig te zijn. Ik zal zeker de internetsite van het bedrijf bekijken om een indruk te krijgen. Vacatureteksten zijn vaak erg beknopt. (7.1)
8. Ga je daarbij specifiek op zoek naar competenties die belangrijk zijn voor de functie?
Nee, ik kijk naar het bedrijf en de uitstraling daarvan. (8.1)
9. Zie je verschillen in het benoemen van competenties als je kijkt naar vacatures in verschillende media; krant (print)/vacaturesite/website/organisatie? Wat valt je daarin op?
Geprinte vacatureteksten in tijdschriften en kranten zijn vaak kort en bondig. Websites tonen uitgebreidere vacatureteksten. Die extra informatie geeft mij een beeld waarmee ik de functie in kan schatten en daarmee kan ik beoordelen of ik mezelf die functie zie uitvoeren.

10. Hoe belangrijk vind je de inhoud van de vacaturetekst als je de bedrijfsnaam en de functie hebt gelezen?

1:heel onbelangrijk

2:onbelangrijk

3:neutraal

4: belangrijk

5: zeer belangrijk

Waarom?

Dat geeft je de eerste indruk en dat is vaak de belangrijkste.(10.1)

Bij vacaturetekst 1: pensioenspecialist bij het Pensioenfonds horeca&catering

11. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:

1:slecht

2:matig

3:redelijk

4:goed

5:uitstekend

Waarom geef je dit cijfer?

De tekst is te algemeen. Hier passen heel veel functies bij. Ik mis een beschrijving van de dagelijkse werkzaamheden. Daardoor kan ik me moeilijk een beeld vormen bij de functie en dus ook niet of ik me thuis zou voelen in die functie.(11.1)

12. Welke competenties herken je in deze tekst?

Gedreven, leergierig, uitstekende schriftelijke vaardigheden, resultaatgericht, analytisch, klantgericht, betrokken bij je werk (7 competenties, 12.1)

13. Wat zeggen deze competenties jou?

Het zijn de bekende competenties, deze zie je in heel veel vacatures. Deze vacature onderscheidt zichzelf absoluut niet. (13.1)

14. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Geen idee.

Bij vacaturetekst 2: relatiebeheerder bij Aegon

15. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:

1:slecht

2:matig

3:redelijk

4:goed

5:uitstekend

Waarom geef je dit cijfer?

Deze advertentie geeft je een duidelijk beeld van de werkzaamheden. Dat vind ik erg belangrijk. Zo kan ik een beetje inschatten wat ik er ga doen en of ik het ook leuk vind om die werkzaamheden te doen. (15.1)

16. Welke competenties herken je in deze tekst?
Verantwoordelijkheid, teamplayer (je werkt in klantenteams), klantgericht
(3 competenties, 16.1)
17. Wat zeggen deze competenties jou?
Wederom bekende competenties. Je weet duidelijk wat ze van je verwachten. (17.1)
18. Welke verwachting roepen deze in jou op?
Ik heb geen idee.
19. Welke van de twee vacatureteksten heeft jouw voorkeur?
De 2^e, bij Aegon
Waarom?
Deze is voor mij verreweg het duidelijkste. Het geeft een beeld van de organisatie en de afdeling waar je komt werken en beschrijft veel uitgebreider de dagelijkse werkzaamheden. Hierdoor krijg ik veel meer gevoel bij de functie. (19.1)

Onderzoek competenties in vacatureteksten**Respondent 2**

Aantal vragen persoonsgegevens:

- Leeftijd: 41
- Aantal jaren werkervaring in de pensioenbranche: 17 jaar
- Hoogstgenoten (al dan niet afgeronde) opleiding: WO

Algemene vragen

1. Wat zijn competenties?
Ik zie dat als een bekwaamheid, het niveau waarop je werkt, de ervaring die je hebt en de vaardigheden die je hebt opgedaan.(1.2)
2. Schetsen competenties in vacatureteksten een eerlijk beeld van de betreffende functie?
Niet altijd, de ene vacature is hier beter in dan de andere.(2.2)
3. Welke rol spelen competenties in vacatureteksten bij jouw zoekgedrag naar een interessante functie?
Competenties geven een indicatie of ik aan de functie kan voldoen.(3.2)
4. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de beste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Ik houd van korte en bondige vacatureteksten. Het niveau en de ervaring moeten passen bij de functie. De tekst moet duidelijk zijn. (4.2)
5. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de slechtste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Op een vage manier de vacaturetekst beschrijven. Hierbij is niet duidelijk wat ze precies willen en ze maken gebruik van veel en onduidelijke tekst.(5.2)
6. Hoe leidend zijn de genoemde competenties in de vacaturetekst voor jou om op een functie wel of niet te solliciteren? Waarom wel/niet?
Voor mij is het een indicatie of ik aan het gevraagde niveau kan voldoen en of het niveau niet te laag is in vergelijking met de competenties die ik bezit (6.2).

Verschil mediabron vacaturetekst

7. Vind je het belangrijk dat je direct een volledig beeld van een functie krijgt? Met andere woorden ga je voor de volledigheid nog verder op zoek naar informatie, bijvoorbeeld op de internetsite van de organisatie?
Voor de functie vind ik dat niet belangrijk. Het beeld geeft ook de cultuur van de organisatie weer en dat vind ik wel weer heel belangrijk. Voor de functie inhoud kun je ook even bellen naar het bedrijf en om meer informatie vragen.(7.2)
8. Ga je daarbij specifiek op zoek naar competenties die belangrijk zijn voor de functie?
Ja, uiteraard. Ik vind dat het moet passen bij hetgeen ik zoek en wat ik kan. De functie moet niet te hoog en niet te laag gegrepen zijn.
9. Zie je verschillen in het benoemen van competenties als je kijkt naar vacatures in verschillende media; krant (print)/vacaturesite/website/organisatie? Wat valt je daarin op?
Op de website is meer informatie, dat geldt ook voor vakgerichte bladen. Maar kranten zijn vaak wat kort door de bocht en geven niet alle informatie prijs.

10. Hoe belangrijk vind je de inhoud van de vacaturetekst als je de bedrijfsnaam en de functie hebt gelezen?

1:heel onbelangrijk
2:onbelangrijk
3:neutraal
4: belangrijk

5: zeer belangrijk

Waarom? Omdat je niet de verkeerde sollicitatie in wilt gaan. Ik bedoel dat je op een geschikte vacature wilt solliciteren. De functie moet dus duidelijk omschreven zijn en het juiste bedrijf moet bij de functie staan.(10.2)

Bij vacaturetekst 1: pensioenspecialist bij het Pensioenfonds horeca&catering

11. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:

1:slecht
2:matig
3:redelijk
4:goed

5:uitstekend

Waarom geef je dit cijfer?

Omdat het precies weergeeft waar het om gaat en wat de functie aangaat. Verder geven ze duidelijk aan wat je in je mars moet hebben om het aan de functie eisen te kunnen voldoen.(11.2)

12. Welke competenties herken je in deze tekst?

Hbo werk-en denkniveau, goede pensioen kennis, verantwoordelijkheidsgevoel, analytische sterk (4 competenties, 12.2)

13. Wat zeggen deze competenties jou?

Dat de functie voor mij uitvoerbaar is en dat ik er invulling aan kan geven. Het gevraagde niveau is niet boven mijn kunnen.(13.2)

14. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Ook als je niks hebt met cijfers, is het toch een gevarieerde functie. Je staat in deze functie dicht bij de klant.

Bij vacaturetekst 2: relatiebeheerder bij Aegon

15. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:

1:slecht
2:matig
3:redelijk
4:goed
5:uitstekend

Waarom geef je dit cijfer?

Ik vind het een vage en onduidelijke tekst.(15.2)

16. Welke competenties herken je in deze tekst?

Verantwoordelijkheidsgevoel, pensioen kennis en commercieel (contact). (3 competenties, 16.2)

17. Wat zeggen deze competenties jou?

Het zijn standaard, niet veel zeggende competenties. Ik heb geen idee aan welke competenties ze nu precies voorrang willen geven. (17.2)

18. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Je moet van alles wat kunnen, maar ze vragen nergens naar ervaring. Juist die ervaring maakt of je aan het gevraagde profiel kunt voldoen. (18.2)

19. Welke van de twee vacatureteksten heeft jouw voorkeur?

De eerste; de pensioenspecialist

Waarom? Deze is inhoudelijk duidelijk; je kunt eraan aflezen wat er van je verwacht wordt. Het is geen lukrake standaardprofielschets, wat lijkt op knip- en plakwerk. (19.2)

Onderzoek competenties in vacatureteksten**Respondent 3**

Aantal vragen persoonsgegevens:

- Leeftijd: 45
- Aantal jaren werkervaring in de pensioenbranche: 21 jaar
- Hoogstgenoten (al dan niet afgeronde) opleiding: HBO

Algemene vragen

1. Wat zijn competenties?
Kennis en vaardigheden (1.3) die passen / benodigd zijn voor een bepaalde functie.
2. Schetsen competenties in vacatureteksten een eerlijk beeld van de betreffende functie?
Deels, mijn ervaring is dat er veel met name vaardigheids- of persoonlijkheidscompetenties worden gevraagd waar maar zelden een beroep op wordt gedaan. Hierdoor worden mijn inziens op teveel competenties de nadruk gelegd. Bijvoorbeeld: de functie betreft vooral een administratieve functie met sterk herhalende werkzaamheden, ook daarin worden vervolgens competenties als autoriteit, overwicht, zelfstandigheid en analytische vaardigheden gevraagd. Degelijkheid, zitvlees en gevoel voor routine zie je nooit als gevraagde in een vacaturetekst, maar dit is eigenlijk veel belangrijker. Maar die competenties zijn niet wervend genoeg.(2.3)
3. Welke rol spelen competenties in vacatureteksten bij jouw zoekgedrag naar een interessante functie?
Ik kijk er wel altijd naar om te zien waar nu precies de nadruk op ligt. Soms geeft het deze specifieke informatie, bijvoorbeeld: goed financieel inzicht of juist een peoplemanager. Deze informatie vind ik zinvol en informatief. Zodra het hele algemene zijn zoals: zelfstandig, initiërend etcetera dan zijn ze mij te algemeen en vaak ook te vanzelfsprekend dat het onnodige informatie is. Vaak schrikken ze mij ook af.(3.3)
4. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de beste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Zoals ik net al aangaf: het moet extra info geven over de essentie van de functie of de essentie van de huidige ontwikkelingsfase van een organisatie (4.3). Bijvoorbeeld gevraagd: een pionier, een teambuilder, iemand met goed gevoel voor cijfers, maar dan alleen uiteraard als het om een niet financiële functie gaat, want dan is het logisch. Het gaat om competenties waar tijdens de sollicitatie echt extra op gelet wordt. Moet het iemand zijn die mensen voor zich inneemt, of zoek je juist een creatieveling die eens andere oplossing bedenkt.
5. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de slechtste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Te algemeen en te veel. Ik vind het ook slecht als je er in kan lezen wat de vorige manager miste. (5.3)
6. Hoe leidend zijn de genoemde competenties in de vacaturetekst voor jou om op een functie wel of niet te solliciteren? Waarom wel/niet?
Als het niet te algemeen geformuleerd is dan zijn ze zeker leidend voor mij. Vaak echter sluit het mij uit. Het voorkomt hierdoor vermoedelijk wel onnodige sollicitanten. Misschien missen zij daardoor ook veel toch waardevolle kandidaten. Ik herken mijzelf zelden in een advertentietekst. Ik heb ook nog nooit op een vacature gesolliciteerd. Bij mij gaat het altijd via een open sollicitatie, werving en selectie bureau of via, via. Ik herken mezelf nooit in een vacaturetekst. Hogere managementvacatures worden zelden via vacatureteksten uitgezet, dus vaak weet je deze vacatures ook niet. Hier kom je alleen via werving en selectiebureaus. (6.3)

Verschil mediabron vacaturetekst

7. Vind je het belangrijk dat je direct een volledig beeld van een functie krijgt? Met andere woorden ga je voor de volledigheid nog verder op zoek naar informatie, bijvoorbeeld op de internetsite van de organisatie?

Ja, hij moet compleet zijn (7.3). Omdat ik me in eerste instantie niet herken in de gevraagde competenties, ook opleidingen, zoek ik geen extra info op. Ik ben voor die tijd al afgehaakt.

8. Ga je daarbij specifiek op zoek naar competenties die belangrijk zijn voor de functie?

Dat is dus niet van toepassing.

9. Zie je verschillen in het benoemen van competenties als je kijkt naar vacatures in verschillende media; krant (print)/vacaturesite/website/organisatie? Wat valt je daarin op?

Weet ik niet, daar heb ik nooit zo opgelet.

10. Hoe belangrijk vind je de inhoud van de vacaturetekst als je de bedrijfsnaam en de functie hebt gelezen?

1:heel onbelangrijk

2:onbelangrijk

3:neutraal

4: belangrijk

5: zeer belangrijk

Waarom? Omdat dat maakt of ik er überhaupt over na wil en kan denken.(10.3)

Bij vacaturetekst 1: pensioenspecialist bij het Pensioenfonds horeca&catering

11. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:

1:slecht

2:matig

3:redelijk

4:goed

5:uitstekend

Waarom geef je dit cijfer?

Ik mis informatie als hoe complex de klachten zijn, 80/20 standaard/complex of andersom, werk je in een team of ben je de enige klachtenbehandelaar, tot welk team behoort je, aan wie rapporteer je. Ik vraag me wel af hoe complex de klachtenbehandeling is. Zijn het veel standaard klachten of bestaat 75% van de klachten uit meer complexe zaken. (11.3)

12. Welke competenties herken je in deze tekst?

Gedrevenheid en leergierigheid, schriftelijke communicatieve vaardigheden, resultaatgericht, analytisch sterk, klantgericht, betrokkenheid, samenwerking, kennis van pensioenen (9 competenties, 12.3)

13. Wat zeggen deze competenties jou?

Hier kan ik wel wat mee. Het lijkt mij een zelfstandige functie, waarbij ik hoop dat het 80% complexe klachten zijn en 20% standaard. Omdat het complexer zaken zijn, zal je veel dossieruitzoekwerk moeten verrichten en bij specifieke deskundigen, zoals juristen en actuarieel rekenaars, navraag moeten doen.

14. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Interessante functie waar veel te leren is over procedures en over pensioeninhoudelijke kwesties.

Bij vacaturetekst 2: relatiebeheerder bij Aegon

15. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:

1:slecht

2:matig

3:redelijk

4:goed

5:uitstekend

Waarom geef je dit cijfer?

Ik vind het een beetje een overmatige vacaturetekst; er staat wel heel veel tekst en ze vragen wel heel veel.(15.3)

16. Welke competenties herken je in deze tekst?

In de functiebeschrijving: commercieel & dienstverlenend, samenwerkingsvermogen, informatie verstrekken, dus dat zullen mondelinge & schriftelijke communicatieve vaardigheden zijn, HBO niveau en goede kennis van pensioenen (PP1 + 2 en Techniek Leven).

In de algemene tekst worden nog veel meer competenties gevraagd: goed kunnen luisteren, kunnen/willen helpen van klanten bij het maken van financiële keuzes, flexibiliteit, zelfstandigheid, beslissingen kunnen/willen nemen, verantwoordelijkheid willen nemen, output gericht, zelfbewustheid. (totaal 14 competenties, 16.3)

17. Wat zeggen deze competenties jou?

Het zijn er erg veel en dat zegt erg veel over de organisatie. Blijkbaar is wat jij als sollicitant allemaal moet compenseren, onhaalbaar. Het is sowieso onhaalbaar omdat je dan als nieuwe medewerker één van de weinigen bent en dus een vreemde eend in de bijt. Jij zult je niet thuis voelen in nu nog een hele andere cultuur én je collega's zullen je niet snel accepteren.

Het zegt mij meer over de organisatie en wat daar mis is, maar dat komt natuurlijk ook omdat ik AEGON ken. Als een ander bedrijf dit echter zou schrijven, dan zou ik het ook niet vertrouwen.(17.3)

18. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Teveel; ze zoeken iets wat onhaalbaar is.(18.3)

19. Welke van de twee vacatureteksten heeft jouw voorkeur?

De eerste.

Waarom?

Ten eerste omdat ik hiermee een duidelijker beeld krijg waaruit mijn dagelijkse werk zal bestaan namelijk klachtenbehandeling. In de advertentie van AEGON is mij dit te vaag, of zelfs helemaal niet beschreven.

Ten tweede moet ik iets oplossen wat in de gehele organisatie nog niet goed gaat. Er wordt wat mij betreft een veel te grote verantwoordelijkheid bij mij als sollicitant neergelegd.(19.3)

Onderzoek competenties in vacatureteksten**Respondent 4**

Aantal vragen persoonsgegevens:

- Leeftijd: 25
- Aantal jaren werkervaring in de pensioenbranche: 1 jaar
- Hoogstgenoten (al dan niet afgeronde) opleiding: HBO

Algemene vragen

1. Wat zijn competenties?
Dat is een ander woord voor vaardigheden (1.4). Dit zijn eigenschappen(1.4) waarover je beschikt.
2. Schetsen competenties in vacatureteksten een eerlijk beeld van de betreffende functie?
Nee, in veel advertenties wordt er een opsomming gegeven aan competenties waarover je moet beschikken. Een deel hiervan is niet relevant. Men moet zich meer gaan richten op de kerncompetenties(2.4).
3. Welke rol spelen competenties in vacatureteksten bij jouw zoekgedrag naar een interessante functie?
Op dit moment ben ik niet op zoek naar een nieuwe job. Als ik op zoek ga naar een job kijk ik eerder naar de functie inhoud dan naar de competenties(3.4).
4. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de beste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Onder de beschrijving van de organisatie en functie inhoud een aantal competenties vragen(4.4).
5. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de slechtste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Als de competenties als eerste staan. (5.4)
6. Hoe leidend zijn de genoemde competenties in de vacaturetekst voor jou om op een functie wel of niet te solliciteren? Waarom wel/niet?
Niet, ik kijk eerder naar de functie inhoud. Deze moeten voldoen aan mijn wensen en eisen. (6.4)

Verschil mediabron vacaturetekst

7. Vind je het belangrijk dat je direct een volledig beeld van een functie krijgt? Met andere woorden ga je voor de volledigheid nog verder op zoek naar informatie, bijvoorbeeld op de internetsite van de organisatie?
Ja, hieraan kun je af lezen of deze organisatie bij jou past en is tevens een goede voorbereiding op het daadwerkelijke gesprek. Verder zou ik ook de desbetreffende organisatie opbellen voor verdere informatie en een eerste indruk. (7.4)
8. Ga je daarbij specifiek op zoek naar competenties die belangrijk zijn voor de functie?
Nee, ik kijk vooral naar de functie inhoud(8.4).
9. Zie je verschillen in het benoemen van competenties als je kijkt naar vacatures in verschillende media; krant (print)/vacaturesite/website/organisatie? Wat valt je daarin op?
Nee, ze zijn allemaal op dezelfde manier opgebouwd. De genoemde competenties komen in bijna iedere vacature tekst overeen.

10. Hoe belangrijk vind je de inhoud van de vacaturetekst als je de bedrijfsnaam en de functie hebt gelezen?

1:heel onbelangrijk
2:onbelangrijk
3:neutraal
4: belangrijk

5: zeer belangrijk

Waarom? *Dit is het viste kaartje van het bedrijf en er is ook veel af te lezen over de bedrijfscultuur. Dit geeft aan of je bij de organisatie wilt werken en of je in deze organisatie past. (10.4)*

Bij vacaturetekst 1: pensioenspecialist bij het Pensioenfonds horeca&catering

11. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:

1:slecht
2:matig
3:redelijk
4:goed
5:uitstekend

Waarom geef je dit cijfer?

De functie inhoud staat goed beschreven, maar ik mis de beschrijving van de organisatie(11.4).

12. Welke competenties herken je in deze tekst?

Resultaatgericht, analytisch en klantgericht.

(3 competenties, 12.4)

13. Wat zeggen deze competenties jou?

De persoon, type, naar wie ze op zoek zijn.

14. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Een functie, waarbij je vooral zaken op pensioengebied aan het bent uitzoeken , vooral juridische vraagstukken.

Bij vacaturetekst 2: relatiebeheerder bij Aegon

15. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:

1:slecht
2:matig
3:redelijk
4:goed
5:uitstekend

Waarom geef je dit cijfer? *De functie wordt goed beschreven.(15.4)*

16. Welke competenties herken je in deze tekst?

Verantwoordelijkheidsgevoel, er zijn er vast meer, maar ik vind ze hier moeilijk te herkennen.

(1 competentie, 16.4)

17. Wat zeggen deze competenties jou?

Ze zijn verward in de werksfeer. Zij roepen meteen een beeld op van de huidige situatie.

18. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Een afwisselende functie waarbij je resultaatgericht werkt. Je bent ergens verantwoordelijk voor en er is ruimte tot persoonlijke ontwikkeling.

19. Welke van de twee vacatureteksten heeft jouw voorkeur?

Tekst 2

Waarom?

Wat ik net al zei; de functie is afwisselend en er is ruimte voor ontwikkeling. Mijn voorkeur komt inderdaad vooral voort uit de inhoudelijkheid van de functie.(19.4)

Onderzoek competenties in vacatureteksten**Respondent 5**

Aantal vragen persoonsgegevens:

- Leeftijd: 33
- Aantal jaren werkervaring in de pensioenbranche: 1 jaar
- Hoogstgenoten (al dan niet afgeronde) opleiding: WO

Algemene vragen

1. Wat zijn competenties?
Dat zijn kwaliteiten (1.5) die een persoon bezit om de functie goed te kunnen vervullen.
2. Schetsen competenties in vacatureteksten een eerlijk beeld van de betreffende functie? *Niet altijd, maar geeft wel een beeld van wat er van je verwacht zou kunnen worden.(2.5)*
3. Welke rol spelen competenties in vacatureteksten bij jouw zoekgedrag naar een interessante functie?
Ze spelen voor mij een rol, maar dan moet ik wel kunnen voldoen aan de gevraagde competenties. Bij het zoeken naar een interessante functie zoek ik echter vooral naar een functie die aansluit bij mijn interesses en competenties.
4. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de beste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Als ze een eerlijk en juist beeld schetsen van de functie (4.5).
5. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de slechtste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Standaard competenties vragen die eigenlijk niet op de functie van toepassing zijn, zoals bijvoorbeeld initiatiefrijk, terwijl je eigenlijk alleen maar werk doet waarbij je nauwelijks hoeft na te denken, laat staan initiatief tonen. Dat maak ik hier nogal eens mee.(5.5)
6. Hoe leidend zijn de genoemde competenties in de vacaturetekst voor jou om op een functie wel of niet te solliciteren? Waarom wel/niet?
De functie moet mij aanspreken en daarnaast moeten de gevraagde competenties wel matchen met mijn eigen competenties. Als je naar die competenties toe kunt groeien en ze dus kunt ontwikkelen dan is dat ook goed.(6.5)

Verschil mediabron vacaturetekst

7. Vind je het belangrijk dat je direct een volledig beeld van een functie krijgt? Met andere woorden ga je voor de volledigheid nog verder op zoek naar informatie, bijvoorbeeld op de internetsite van de organisatie?
Dat vind ik wel belangrijk. Voor de volledigheid ga ik wel op de internetsite kijken voor meer informatie. Komt ook van pas bij een eventueel sollicitatiegesprek. Daarmee laat je blijken dat je meer weet van het bedrijf en dat je er in hebt verdiept. (7.5)
8. Ga je daarbij specifiek op zoek naar competenties die belangrijk zijn voor de functie?
Nee, het gaat mij meer om algemene informatie over wat het bedrijf doet en dergelijke om een indruk van het bedrijf te krijgen.(8.5)

9. Zie je verschillen in het benoemen van competenties als je kijkt naar vacatures in verschillende media; krant (print)/vacaturesite/website/organisatie? Wat valt je daarin op?
Veelal worden dezelfde competenties gevraagd en dit zijn vaak algemene competenties als klantgericht en dergelijke. Daardoor onderscheiden de competenties zich niet van elkaar en geeft het eigenlijk heel weinig toegevoegde waarde. (9.5)
10. Hoe belangrijk vind je de inhoud van de vacaturetekst als je de bedrijfsnaam en de functie hebt gelezen?
1:heel onbelangrijk
2:onbelangrijk
3:neutraal
4: belangrijk
5: zeer belangrijk
Waarom? De inhoud moet goed weergeven wat er van je wordt verwacht en wat de functie bij dat bedrijf inhoudt. Ik heb wel gemerkt dat eenzelfde functie bij verschillende bedrijven anders ingevuld wordt. Dat verschil probeer ik eruit te halen als ik een vacaturetekst lees. (10.5)

Bij vacaturetekst 1: pensioenspecialist bij het Pensioenfonds horeca&catering

11. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:
1:slecht
2:matig
3:redelijk
4:goed
5:uitstekend
Waarom geef je dit cijfer?
Het geeft een redelijk beeld van wat je kunt verwachten in de functie, al zijn er wel een aantal dingen genoemd die bij meerdere functies van toepassing zijn. En wat als er geen klachten zijn? Wat moet je dan doen? Of zullen er altijd wel klachten...?(11.5)
12. Welke competenties herken je in deze tekst?
Samenwerking, goede schriftelijke en (mondelijke) communicatieve vaardigheden, analytisch vermogen, resultaatgericht en specialistische kennis van pensioenregelingen.
(5 competenties, 12.5)
13. Wat zeggen deze competenties jou?
Deze competenties moet je goed beheersen om deze functie goed te kunnen uitoefenen. (13.5)
14. Welke verwachting roepen deze in jou op?
De vacaturetekst is niet heel duidelijk in de functie die je kan gaan bekleden. De vacature roept eigenlijk vragen op wat de functie precies inhoudt. Dat mis ik namelijk; een duidelijke beschrijving van wat je dagelijkse werkzaamheden precies zijn. En wat ik net al zei: wat als er geen klachten zijn... Maar misschien zijn die er altijd wel, maar dat kan ik van buitenkant niet inschatten. (14.5)

Bij vacaturetekst 2: relatiebeheerder bij Aegon

15. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:

1:slecht

2:matig

3:redelijk

4:goed

5:uitstekend

Waarom geef je dit cijfer?

De tekst geeft een goed beeld van de werkzaamheden die horen bij de functie. Verder geeft het goede informatie over de structuur van het bedrijf; hoe en met wie doe je de werkzaamheden en het geeft wat algemene informatie over het bedrijf en de afdeling. (15.5)

16. Welke competenties herken je in deze tekst?

Samenwerking, verantwoordelijkheid, specialistische kennis, door enkele vakopleidingen te vragen, en schriftelijke communicatie en mondelinge vaardigheden.

(5 competenties, 16.5)

17. Wat zeggen deze competenties jou?

Wat ik bij de vorige advertentie ook al zei: deze competenties moet je beheersen om de functie goed uit te kunnen voeren.(17.5)

18. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Het lijkt mij een leuke en uitdagende baan waar ik verschillende kwaliteiten in kwijt zou kunnen.

19. Welke van de twee vacatureteksten heeft jouw voorkeur?

De tweede vacaturetekst.

Waarom?

Die komt veel beter over en geeft veel meer weer wat de functie inhoudt en de structuur van de afdeling/bedrijf Deze informatie mis ik bij de eerste vacaturetekst en ik vind dat het een vacature compleet maakt. Het heeft op mij veel meer aantrekkingskracht dan zo'n hele korte tekst (19.5).

Onderzoek competenties in vacatureteksten**Respondent 6**

Aantal vragen persoonsgegevens:

- Leeftijd: 50
- Aantal jaren werkervaring in de pensioenbranche: 8 maanden
- Hoogstgenoten (al dan niet afgeronde) opleiding: HAVO/MBO

Algemene vragen

1. Wat zijn competenties?
Dat zijn vaardigheden (1.6), die iemand heeft of die belangrijk zijn voor een functie.
2. Schetsen competenties in vacatureteksten een eerlijk beeld van de betreffende functie? *Niet altijd, er wordt nogal eens een wat overdreven beeld geschetst in vacatureteksten, waardoor de functie wat mooier voorgesteld wordt dan deze in werkelijkheid is. Soms krijg ik het idee dat niemand aan de gevraagde competenties kan voldoen. Dat kan toch niet de bedoeling zijn, lijkt me. (2.6)*
3. Welke rol spelen competenties in vacatureteksten bij jouw zoekgedrag naar een interessante functie? *Een hele belangrijke; het geeft toch een bepaald beeld van wat je moet kunnen in die functie en welke vaardigheden men blijkbaar belangrijk vindt. Door de competenties te vragen kan ik bekijken of ik hieraan kan voldoen en of de functie bij mij past. (3.6)*
4. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de beste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Duidelijke omschrijvingen gebruiken in normale begrijpbare taal. En niet van die vage begrippen gebruiken die iedereen anders zou kunnen interpreteren of die je niet kunt begrijpen (4.6).
5. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de slechtste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Vaagheid, daarmee bedoel ik van die competenties die niks zeggen, ik kan er niet echt een voorbeeld bij bedenken. Ik kom wel eens van die woorden tegen waarvan ik denk; 'wat zouden ze er nou mee bedoelen'. De gemiddelde medewerker begrijpt het in ieder geval niet en dat zijn nou juist degenen die de vacature lezen. (5.6)
6. Hoe leidend zijn de genoemde competenties in de vacaturetekst voor jou om op een functie wel of niet te solliciteren? Waarom wel/niet?
Als ze duidelijk zijn en ik begrijp wat ze ermee bedoelen dan zijn ze voor mij wel leidend. Als dat niet zo is, dan natuurlijk niet. Dan kijk ik vooral naar de andere onderdelen van de tekst en bekijk ik of deze mij aanspreken. (6.6)

Verschil mediabron vacaturetekst

7. Vind je het belangrijk dat je direct een volledig beeld van een functie krijgt? Met andere woorden ga je voor de volledigheid nog verder op zoek naar informatie, bijvoorbeeld op de internetsite van de organisatie?
Soms, als de functie en het bedrijf me aanspreken ga ik verder zoeken en als ik heel hard op zoek ben naar een baan! Ik ga dan op zoek naar meer informatie over het bedrijf en de functie. (7.6)
8. Ga je daarbij specifiek op zoek naar competenties die belangrijk zijn voor de functie?
Nee, ik ga op zoek naar datgene dat bij mij past. Of de sfeer mij aanspreekt die de website uitstraalt en of het me in het algemeen een leuk bedrijf lijkt. (8.6)

9. Zie je verschillen in het benoemen van competenties als je kijkt naar vacatures in verschillende media; krant (print)/vacaturesite/website/organisatie? Wat valt je daarin op?
Sommige advertenties zijn kort en bondig en andere heel uitgebreid. Vooral op het internet is veel meer informatie te vinden. Daarom neem ik dan ook een kijkje op de website.
10. Hoe belangrijk vind je de inhoud van de vacaturetekst als je de bedrijfsnaam en de functie hebt gelezen?
1:heel onbelangrijk
2:onbelangrijk
3:neutraal
4: belangrijk
5: zeer belangrijk
Waarom? Het moet meteen mijn interesse wekken zodat ik meer informatie ga verzamelen en ga reageren. Deze informatie moet mij prikkelen en een indruk geven van wat ik kan verwachten van de functie, inhoudelijk, en van het bedrijf.(10.6)

Bij vacaturetekst 1: pensioenspecialist bij het Pensioenfonds horeca&catering

11. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:
1:slecht
2:matig
3:redelijk
4:goed
5:uitstekend
Waarom geef je dit cijfer? Ik vind het duidelijk wie ze zoeken. Ze geven overzichtelijk aan welke competenties je moet voldoen als kandidaat.(11.6)
12. Welke competenties herken je in deze tekst?
HBO opleiding, schriftelijke vaardigheden, resultaatgericht, analytisch sterk, goed kunnen samenwerken en kennis van pensioenregelingen
(6 competenties, 12.6)
13. Wat zeggen deze competenties jou?
Wat ze zoeken in een kandidaat; deze vaardigheden moet je beheersen.(13.6)
14. Welke verwachting roepen deze in jou op?
Dat deze functie wel bij mij past en dat het een meer no-nonsens bedrijf is. Ze hebben de vacaturetekst namelijk kort en krachtig opgesteld(14.6) .

Bij vacaturetekst 2: relatiebeheerder bij Aegon

15. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:
1:slecht
2:matig
3:redelijk
4:goed
5:uitstekend
Waarom geef je dit cijfer?
Er wordt zoveel gevraagd dat het me het gevoel geeft dat ik hier niet aan kan voldoen(15.6)
16. Welke competenties herken je in deze tekst?
Volgens mij staan er heel veel in, maar in ieder geval de volgende: HBO niveau, pensioenkennis, klantgericht (je moet kunnen luisteren naar de klant) en samenwerken.
(4 competenties, 16.6)
17. Wat zeggen deze competenties jou?

Wat ze belangrijk vinden voor de functie. Maar er staat nog veel meer in de tekst, dus blijkbaar vinden ze heel veel belangrijk. (17.6)

18. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Dat wat er gevraagd wordt niet geheel binnen mijn kunnen ligt. Het is geen functie voor mij.

19. Welke van de twee vacatureteksten heeft jouw voorkeur?

Vacaturetekst 1

Waarom?

De tekst zegt voor mij hetzelfde maar dan op een manier zonder poespas (19.6). De tweede is heel uitgebreid en daar vragen ze heel veel. Beide zijn functies op hetzelfde niveau, HBO, maar toch krijg ik bij de eerste het gevoel er wel aan te kunnen voldoen en bij de tweede totaal niet.

Onderzoek competenties in vacatureteksten**Respondent 7**

Aantal vragen persoonsgegevens:

- Leeftijd:31
- Aantal jaren werkervaring in de pensioenbranche: 5 jaar
- Hoogstgenoten (al dan niet afgeronde) opleiding: WO

Algemene vragen

1. Wat zijn competenties?
Dat is het vermogen van iemand zijn kennis en specifieke vaardigheden(1.7) toe te passen in bepaalde situaties. Iedere situatie verlangt een andere vaardigheid en andere specifieke kennis en die totaalsom is een competentie.
2. Schetsen competenties in vacatureteksten een eerlijk beeld van de betreffende functie? *Veelal niet. Vaak worden er standaard niets zeggende competenties gevraagd die daardoor weinig zeggen over de vacature of werkgever. Ik bedoel van die algemene competenties als resultaatgericht; elke commerciële, en ook de niet commerciële, werkgevers willen resultaatgerichte medewerkers. Het geeft dus niets bijzonders aan.(2.7)*
3. Welke rol spelen competenties in vacatureteksten bij jouw zoekgedrag naar een interessante functie?
De door de adverteerder gezochte competenties moeten mijn uitdagingen zijn en mijn interesse genieten. (3.7)
4. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de beste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Door ze niet generiek te benoemen, maar door ze te omschrijven op een bepaalde manier wat kenmerkend is voor de werkgever/ bedrijfscultuur (4.7).
5. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de slechtste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Door ze argeloos op te sommen als generieke competentie, waardoor ze weinig over de functie en het bedrijf zeggen. (5.7)
6. Hoe leidend zijn de genoemde competenties in de vacaturetekst voor jou om op een functie wel of niet te solliciteren? Waarom wel/niet?
Sterk afhankelijk. Ze zijn veelal een trigger om te solliciteren. Echter indien de competenties niet triggeren blijft er voor mij meestal het beeld wat het bedrijf op mij heeft over om alsnog te solliciteren.(6.7)

Verschil mediabron vacaturetekst

7. Vind je het belangrijk dat je direct een volledig beeld van een functie krijgt? Met andere woorden ga je voor de volledigheid nog verder op zoek naar informatie, bijvoorbeeld op de internetsite van de organisatie?
Heel belangrijk. Vaak is het de optelsom van vacature, de inhoud, en de extra informatie over het bedrijf. Dat maakt een functie aantrekkelijk of niet.(7.7)
8. Ga je daarbij specifiek op zoek naar competenties die belangrijk zijn voor de functie?
Nee, de competenties bezit je of ontwikkel je. Je gaat er niet naar op zoek. Je bedoelde op zoek ernaar op de website? Ja, dat wel, maar meestal staan ze al in de vacaturetekst.(8.7)
9. Zie je verschillen in het benoemen van competenties als je kijkt naar vacatures in verschillende media; krant (print)/vacaturesite/website/organisatie? Wat valt je daarin op?
Veelal worden de algemene competenties, zoals gedreven, leergierig en dergelijke genoemd. Zoals ik net ook al zei, dat geeft weinig informatie over het bedrijf en functie zelf. (9.7)

10. Hoe belangrijk vind je de inhoud van de vacaturetekst als je de bedrijfsnaam en de functie hebt gelezen?

1:heel onbelangrijk
2:onbelangrijk
3:neutraal

4: belangrijk

5: zeer belangrijk

Waarom? Een naam zegt zelf zo weinig en functieomschrijvingen zijn vaak cryptisch of niets zeggend. De inhoud zoals informatie over werkzaamheden en de benodigde competenties zijn daardoor belangrijk. Alleen moeten ze dan niet alleen maar van die algemene, generieke competenties vragen. Dan zegt het weer heel weinig.(10.7)

Bij vacaturetekst 1: pensioenspecialist bij het Pensioenfonds horeca&catering

11. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:

1:slecht

2:matig

3:redelijk

4:goed

5:uitstekend

Waarom geef je dit cijfer?

Competenties worden benoemd, echter in algemene bewoording. Het geeft weinig weg over de relatie van de gezochte competentie met de functie.(11.7)

12. Welke competenties herken je in deze tekst?

Parate vakkennis, gedrevenheid, leergierig, betrokkenheid, schriftelijke vaardigheden
(5 competenties, 12.7)

13. Wat zeggen deze competenties jou?

Dat er iemand gezocht wordt die een gezonde werkhethiek bezit, iets wat een ieder standaard zoekt. Dat maakt ik op uit de woorden 'gedreven', 'leergierig' en dergelijke.

14. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Ik heb geen idee.

Bij vacaturetekst 2: relatiebeheerder bij Aegon

15. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:
1:slecht
2:matig
3:redelijk
4:goed
5:uitstekend
Waarom geef je dit cijfer?
De competenties worden genoemd in bedrijfsspecifieke verwachtingen. Dit schetst mijn inziens meer inzicht in de gezochte competenties en functie zelf. (15.7) De competenties zijn daardoor wel veel meer verborgen in de tekst.
16. Welke competenties herken je in deze tekst?
Output gerichte instelling, dynamische instelling(commercieel), initiatief nemend, vakkennis, flexibiliteit, zelfredzaamheid.
(6 competenties, 16.7)
17. Wat zeggen deze competenties jou?
Dat er een flinke uitdaging wacht waarbij je door eigen insteek jezelf kunt bewijzen. Dat is ook wel wat ik gewend ben van werken bij Aegon.
18. Welke verwachting roepen deze in jou op?
Een beetje wat ze mij ook zeggen. Een flinke uitdaging waarbij je jezelf kunt bewijzen.
19. Welke van de twee vacatureteksten heeft jouw voorkeur?
Vacature 2.
Waarom?
Tekstueel zegt het mij meer en geeft het meer het specifieke beeld over wat er verwacht wordt. Het schetst veel meer een beeld van de wereld waarin je gaat werken en de uitdagingen die dit biedt.(19.7)

Onderzoek competenties in vacatureteksten**Respondent 8**

Aantal vragen persoonsgegevens:

- Leeftijd: 29
- Aantal jaren werkervaring in de pensioenbranche: 1 jaar
- Hoogstgenoten (al dan niet afgeronde) opleiding: WO

Algemene vragen

1. Wat zijn competenties?
Dat zijn gebieden waar je goed in bent (1.8) zoals bijvoorbeeld analytisch sterk.
2. Schetsen competenties in vacatureteksten een eerlijk beeld van de betreffende functie? *Verschillend; bij de ene vacature staan er zoveel dat er altijd wel een paar de functie omschrijven. Bij de andere staan er zo weinig dat je nog geen idee hebt wat de werkelijke taken zullen zijn. Verder als er analytisch sterk staat wil dat nog niet zeggen dat het bedrijf er dezelfde invulling aan geeft als dat ik doe.(2.8)*
3. Welke rol spelen competenties in vacatureteksten bij jouw zoekgedrag naar een interessante functie? *Ik kijk meer naar de aangeboden functie dan naar de gevraagde competenties. Als de functie mij aanstaat, ga ik pas kijken wat ze verwachten van een kandidaat. Als ik me er helemaal niet in terug zie reageer ik niet op de functie. Vaak is er wel minimaal een competentie waar je jezelf in kunt terug vinden.(3.8)*
4. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de beste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Ik houd van korte vacatureteksten (4.8), het kan zowel in zinnen worden beschreven als in een rij worden opgesomd. Het ligt aan de vacature. De ene keer vind ik een opsomming prettiger de andere keer past het in zinnen omschreven beter bij de algehele vacature
5. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de slechtste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Te veel poespas gebruiken in de tekst. Informatie die niet relevant is; het gaat mij vooral om een korte weergave van de functie inhoud met de belangrijkste en meest relevante competenties (5.8).
6. Hoe leidend zijn de genoemde competenties in de vacaturetekst voor jou om op een functie wel of niet te solliciteren? Waarom wel/niet?
Niet zeer leidend. De enige waar ik echt naar kijk is opleiding (6.8). Staat er HBO/WO dan reageer ik altijd. Staat er in een juridische vacature dat ze vragen om een persoon die bekwaam is in bijvoorbeeld arbeidsrecht dan reageer ik niet. Ik heb namelijk geen enkel raakvlak op dat gebied. De overige competenties vind ik minder belangrijk aangezien er altijd wel een aantal zijn die van toepassing zijn.

Verschil mediabron vacaturetekst

7. Vind je het belangrijk dat je direct een volledig beeld van een functie krijgt? Met andere woorden ga je voor de volledigheid nog verder op zoek naar informatie, bijvoorbeeld op de internetsite van de organisatie?
Als de vacature me aanstaat dan ga ik zelf wel op zoek naar achtergrondinformatie door naar de website van de organisatie te gaan. Ik hoef niet een volledig beeld te krijgen van de vacature en de organisatie in de vacature zelf.(7.8)

8. Ga je daarbij specifiek op zoek naar competenties die belangrijk zijn voor de functie?
Nee, ik vind de competenties niet zo belangrijk op het opleidingsniveau en de betreffende juridische richting na.(8.8)
9. Zie je verschillen in het benoemen van competenties als je kijkt naar vacatures in verschillende media; krant (print)/vacaturesite/website/organisatie? Wat valt je daarin op?
Ik zoek alleen maar naar vacatures op het internet. Ik kan hier dus geen oordeel over geven.
10. Hoe belangrijk vind je de inhoud van de vacaturetekst als je de bedrijfsnaam en de functie hebt gelezen?
1:heel onbelangrijk
2:onbelangrijk
3:neutraal
4: belangrijk
5: zeer belangrijk
Waarom? Omdat als de tekst nergens op slaat ik niet ga solliciteren. Het moet mij natuurlijk wel aanspreken.(10.8)

Bij vacaturetekst 1: pensioenspecialist bij het Pensioenfonds horeca&catering

11. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:
1:slecht
2:matig
3:redelijk
4:goed
5:uitstekend
Waarom geef je dit cijfer?
De taakomschrijving is duidelijk en de gehele vacature is duidelijk. Geen overbodige informatie waar ik toch niet op zit te wachten. Ik zou op deze vacature solliciteren.(11.8)
12. Welke competenties herken je in deze tekst?
Opleidingsniveau, HBO juridisch, schriftelijke vaardigheden, resultaatgericht, analytisch sterk, klantgericht, betrokkenheid, teamplayer (samenwerken), leergierig
(8 competenties, 12.8)
13. Wat zeggen deze competenties jou?
Ze zeggen mij naar wat voor persoon ze op zoek zijn, dat er ondersteuning zal zijn om je verder te ontwikkelen binnen de organisatie en dat het hoogstwaarschijnlijk een organisatie is met betrokken werknemers waardoor er een goede sfeer zou moeten zijn. Dit is echter subjectief aangezien mijn inziens bedrijven nogal snel schrijven dat ze op zoek zijn naar een betrokken werknemer terwijl dat niets zegt over de sfeer binnen het bedrijf.
14. Welke verwachting roepen deze in jou op?
Het lijkt mij een leuke functie bij een interessant bedrijf dat goed omgaat met zijn personeel.

Bij vacaturetekst 2

15. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:

1:slecht

2:matig

3:redelijk

4:goed

5:uitstekend

Waarom geef je dit cijfer?

Omdat ik na de eerste twee zinnen ben opgehouden met het lezen van de vacature. Het interesseerde me totaal niet wat er stond. Aangezien ik hem niet volledig heb gelezen weet ik niet eens om wat voor functie het gaat. (15.8)

16. Welke competenties herken je in deze tekst?

Flexibel, goede luisteraar, zelfstandig werkzaam kunnen zijn, professionele opstelling, sterk verantwoordelijkheidsgevoel, verbaal sterk (informatie verstrekken)

(6 competenties, 16.8)

17. Wat zeggen deze competenties jou?

Bij sommige zoals flexibel kan ik me wel een voorstelling maken. Dat heeft waarschijnlijk betrekking op het feit dat het gaat om flexibele werkuren en dat je daar mee om moet kunnen gaan. Professionele houding zegt me in de context van de vacature niet zo heel veel.

18. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Dat je waarschijnlijk alleen werkt en niet veel contact met collega's zult hebben behalve in de pauze. Dat is misschien meer het idee wat ik bij zo'n soort functie heb; dat je veel aan de telefoon zit en aan het mailen bent.

19. Welke van de twee vacatureteksten heeft jouw voorkeur?

De eerste vacaturetekst.

Waarom?

De tweede heb ik de eerste keer dat ik hem zag niet kunnen doorlezen omdat het me niet interesseerde. Bovendien vroegen ze erg veel. De eerste was kort zakelijk en duidelijk. Dit spreekt mij persoonlijk meer aan. (19.8)

Onderzoek competenties in vacatureteksten**Respondent 9**

Aantal vragen persoonsgegevens:

- Leeftijd: 29
- Aantal jaren werkervaring in de pensioenbranche: 2 jaar
- Hoogstgenoten (al dan niet afgeronde) opleiding: WO

Algemene vragen

1. Wat zijn competenties?
Dat zijn kundigheden (1.9) van een persoon; dat wil zeggen wat kan iemand goed doen.
2. Schetsen competenties in vacatureteksten een eerlijk beeld van de betreffende functie? *Vaak niet, omdat er wat hoger ingezet wordt om beter personeel op gesprek te ontvangen. De functie is vaak iets wat minder spannend. (2.9)*
3. Welke rol spelen competenties in vacatureteksten bij jouw zoekgedrag naar een interessante functie?
Wel een grote rol want ik kijk toch of ik pas binnen het geschetste plaatje, maar het is niet doorslaggevend. Soms denk je dat je niet goed genoeg bent terwijl je dat wel kan worden als je daar eenmaal aan het werk bent gegaan. (3.9)
4. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de beste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Er toch een enigszins uitgebreide functiebeschrijving bijvoegen en uitleg geven over hoe zij dit bedoelen (4.9). Het verschilt toch vaak wel per werkgever hoe ze naar eenzelfde functie kijken en welke verantwoordelijkheden erbij horen.
5. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de slechtste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Relatieve woorden als 'uitstekende vaardigheden', 'complexe brieven', 'goede kennis'. Eigenlijk zeggen die niks; als je bepaalde vaardigheden vraagt, dan is het ook logisch dat je ze goed moet kunnen. En wanneer is iets nou 'uitstekend'... (5.9)
6. Hoe leidend zijn de genoemde competenties in de vacaturetekst voor jou om op een functie wel of niet te solliciteren? Waarom wel/niet?
Niet leidend: ik kijk wel of ik in het geschetste plaatje pas, maar werkgevers overdrijven vaak in de vacaturetekst. Daardoor vind ik de gevraagde competenties minder belangrijk. (6.9)

Verschil mediabron vacaturetekst

7. Vind je het belangrijk dat je direct een volledig beeld van een functie krijgt? Met andere woorden ga je voor de volledigheid nog verder op zoek naar informatie, bijvoorbeeld op de internetsite van de organisatie?
Ja, hoe meer je weet van de organisatie en de functie des te beter je een oordeel kunt vellen om wel of niet te solliciteren. Een website geeft dit soort informatie vaak. (7.9)
8. Ga je daarbij specifiek op zoek naar competenties die belangrijk zijn voor de functie?
Er moeten wel een aantal competenties tussen zitten die met mij een raakvlak hebben anders is het niet zinvol om te gaan solliciteren. Als de vacaturetekst de competenties niet geeft, dan ga ik er wel naar op zoek. (8.9)

9. Zie je verschillen in het benoemen van competenties als je kijkt naar vacatures in verschillende media; krant (print)/vacaturesite/website/organisatie? Wat valt je daarin op?

Daar heb ik eigenlijk nooit zo op gelet. Ik kan dus geen antwoord geven op deze vraag.

10. Hoe belangrijk vind je de inhoud van de vacaturetekst als je de bedrijfsnaam en de functie hebt gelezen?

1:heel onbelangrijk

2:onbelangrijk

3:neutraal

4: belangrijk

5: zeer belangrijk

Waarom? Omdat de tekst je toch iets extra's kan geven; met alleen de bedrijfsnaam en de functienaam weet je nog niet veel. Functiebenamingen verschillen per organisatie; de taken kunnen heel anders zijn. Een bedrijfsnaam zegt alleen iets als je het bedrijf kent. In mijn branche ken ik er een aantal door mijn detacheringopdrachten, bij die organisaties heb ik dan wel een beeld. Bij andere moet ik het echt hebben van de vacaturetekst en eventueel van de website. (10.9)

Bij vacaturetekst 1: pensioenspecialist bij het Pensioenfonds horeca&catering

11. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:

1:slecht

2:matig

3:redelijk

4:goed

5:uitstekend

Waarom geef je dit cijfer?

Hij is te algemeen en er worden te veel relatieve competenties opgenoemd.(11.9)

12. Welke competenties herken je in deze tekst?

Klantgericht, collegiaal, betrokken, analytisch, gedreven en leergierig

(6 competenties, 12.9)

13. Wat zeggen deze competenties jou?

Dit zijn echt van die competenties die vaak door de werkgever gevraagd worden. Van die algemene termen die vaak terug komen in vacatureteksten.(13.9)

14. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Als ik deze vacaturetekst lees dan heb ik het gevoel dat je van heel goede huize moet komen om bij deze werkgever te mogen werken.

Bij vacaturetekst 2: relatiebeheerder bij Aegon

15. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:

1:slecht

2:matig

3:redelijk

4:goed

5:uitstekend

Waarom geef je dit cijfer?

Hij is uitgebreid en zegt ook kort iets over het bedrijf zelf en wat de maatschappelijke achtergrond is van het product van het bedrijf. (15.9)

16. Welke competenties herken je in deze tekst?

Goede luisteraar, flexibiliteit, zelfstandigheid, professioneel, verantwoordelijkheid.

(5 competenties, 16.9)

17. Wat zeggen deze competenties jou?

Ook hier worden vooral van die algemene competenties gevraagd die je in elke vacaturetekst terugvindt. Ik vind het weinig onderscheidend, hoewel ik de vorm hier wel veel beter vindt dan bij de vorige vacaturetekst. (17.9)

18. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Bij deze tekst heb ik minder het gevoel dat je echt een topper moet zijn om er te mogen werken. Het is wat minder elite-achtig. Het is een baan voor Jantje Modaal en zo komt het over.

19. Welke van de twee vacatureteksten heeft jouw voorkeur?

De tweede.

Waarom?

Ik vind deze veel lekkerder lezen en het komt wat minder arrogant over. Uit de tekst kun je meer het reilen en zeilen van het bedrijf terugvinden door de uitgebreide informatie over het bedrijf en de betreffende afdeling. (19.9)

Onderzoek competenties in vacatureteksten**Respondent 10**

Aantal vragen persoonsgegevens:

- Leeftijd: 22
- Aantal jaren werkervaring in de pensioenbranche: 6 maanden
- Hoogstgenoten (al dan niet afgeronde) opleiding: HBO

Algemene vragen

1. Wat zijn competenties?
Het bezitten van vaardigheden(1.10) en het juist toepassen van bepaalde vaardigheden.
2. Schetsen competenties in vacatureteksten een eerlijk beeld van de betreffende functie? *Ja, want er wordt gevraagd naar een specifieke kandidaat en die moet aan de verwachtingen van de organisatie voldoen. (2.10)*
3. Welke rol spelen competenties in vacatureteksten bij jouw zoekgedrag naar een interessante functie?
Die spelen voor mij een grote rol omdat ik wel de juiste vaardigheden wil hebben in de functie die ik wil gaan bekleden. Aan de hand van gevraagde competenties kun je een beeld krijgen of jij daar wel op de juiste plaats bent. (3.10)
4. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de beste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Duidelijk benoemen wat je zoekt in iemand zodat meer geschikte kandidaten zich aanmelden. Zo wordt het geen tijdverspilling voor de sollicitant en voor de werver. Er moeten niet teveel en niet te weinig competenties worden genoemd. Hierdoor wordt duidelijk welke competenties de werver belangrijk vindt en of je er als sollicitant aan kunt voldoen.(4.10)
5. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de slechtste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Weinig informatie geven bij de benodigde competenties. Dan is het moeilijker om een geschikte kandidaat te vinden maar daarentegen zal de respons wel hoger zijn. Iedereen kan de gevraagde competenties op zijn eigen manier inschatten.(5.10)
6. Hoe leidend zijn de genoemde competenties in de vacaturetekst voor jou om op een functie wel of niet te solliciteren? Waarom wel/niet?
Ze zijn wel leidend voor mij omdat ik alleen reageer op een vacature als ik mijzelf terug kan vinden in hetgeen wat zij verwachten van een geschikte kandidaat. (6.10)

Verschil mediabron vacaturetekst

7. Vind je het belangrijk dat je direct een volledig beeld van een functie krijgt? Met andere woorden ga je voor de volledigheid nog verder op zoek naar informatie, bijvoorbeeld op de internetsite van de organisatie?
Ja, ik wil wel weten wat het bedrijf verder inhoudt. Bij mij houdt het niet op bij een geschikte vacature, want ik wil ook de achtergrond van het bedrijf leren kennen. Verder vind ik het ook belangrijk om een stukje te lezen over de werknemers die de functie uitvoeren en wat hun bevindingen zijn van de functie.(7.10)
8. Ga je daarbij specifiek op zoek naar competenties die belangrijk zijn voor de functie?
Nee, niet specifiek maar ik let er ook wel op. Ze geven toch wel een indruk van de functie. (8.10)

9. Zie je verschillen in het benoemen van competenties als je kijkt naar vacatures in verschillende media; krant (print)/vacaturesite/website/organisatie? Wat valt je daarin op?
Wat mij opvalt is dat de vacatures voor wat betreft de competenties bijna allemaal hetzelfde in elkaar steken. Ik zie eigenlijk geen verschil in de manier van vragen tussen kranten en dergelijke of de vacatures op het internet.
10. Hoe belangrijk vind je de inhoud van de vacaturetekst als je de bedrijfsnaam en de functie hebt gelezen?
 1:heel onbelangrijk
 2:onbelangrijk
 3:neutraal
 4: belangrijk
5: zeer belangrijk
Waarom? Omdat je aan de hand van een bedrijfsnaam en functie nog steeds niet echt kunt zien wat de functie inhoudt. Je hebt dus meer informatie nodig.(10.10)

Bij vacaturetekst 1: pensioenspecialist bij het Pensioenfonds horeca&catering

11. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:
 1:slecht
 2:matig
3:redelijk
 4:goed
 5:uitstekend
Waarom geef je dit cijfer?
Want het is voor mij niet heel duidelijk wat er verwacht wordt en wat er geboden wordt qua werk en toekomst.(11.10)
12. Welke competenties herken je in deze tekst?
Klantgericht, analytisch sterk, collegiaal, sociaal en leergierig
(5 competenties, 12.10)
13. Wat zeggen deze competenties jou?
Deze vacature boeit mij eigenlijk niet, het heeft mijn interesse niet.
14. Welke verwachting roepen deze in jou op?
Dat je communicatief heel goed in elkaar zit en alles heel goed moet kunnen relativeren zowel naar de klant als naar je collega's toe.

Bij vacaturetekst 2: relatiebeheerder bij Aegon

15. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:
 1:slecht
 2:matig
 3:redelijk
4:goed
 5:uitstekend
Waarom geef je dit cijfer?
Want hier is op een creatieve manier omgegaan met de functiebeschrijving en er staat ook een beetje in wat je verder kan verwachten bij of na deze functie. De beschrijving is best wel uitgebreid.(15.10)
16. Welke competenties herken je in deze tekst?
Sociaal goed onderlegd (samenwerken en zo) en klantgericht, je moet beschikken over voldoende kennis (van pensioen) en deze over kunnen dragen naar klanten toe (informatieverstrekking).
(4 competenties, 16.10)

17. Wat zeggen deze competenties jou?

Dit wekt al meer mijn interesse dus spreekt het me meer aan. Ik heb het idee dat je hier veel meer contact hebt met de klanten en dat je ze kunt informeren met behulp van je vakkennis. Daarom spreekt het me meer aan.

18. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Dat je goed sociaal onderlegd moet zijn en dat je klantgericht moet zijn. Wat ik net zei bij de competenties die gevraagd worden. Dat geeft direct weer wat er van je verwacht wordt.

19. Welke van de twee vacatureteksten heeft jouw voorkeur?

De tweede.

Waarom?

Omdat dit meer mijn interesse wekt. Ik vind het een veel duidelijkere tekst en er is op een leuke creatieve manier mee omgegaan. (19.10)

Onderzoek competenties in vacatureteksten**Respondent 11**

Aantal vragen persoonsgegevens:

- Leeftijd: 33
- Aantal jaren werkervaring in de pensioenbranche: 2 maanden
- Hoogstgenoten (al dan niet afgeronde) opleiding: MBO

Algemene vragen

1. Wat zijn competenties?
Dat zijn de eigenschappen (1.11) die je nodig hebt om de functie goed te kunnen uitvoeren en de eigenschappen die het bedrijf graag wil hebben in iemand.
2. Schetsen competenties in vacatureteksten een eerlijk beeld van de betreffende functie? *Nee, niet altijd. Aan de hand van de competenties kun je niet altijd zien wat de functie precies inhoudt, alleen wat het bedrijf graag zou willen dat iemand in zich heeft.*
3. Welke rol spelen competenties in vacatureteksten bij jouw zoekgedrag naar een interessante functie?
Door middel van de competenties kan ik zien of de functie bij mij past en of ik deze functie aan zou kunnen.(3.11)
4. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de beste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Geef eerst in de vacature aan wat de functie inhoudt en met behulp van de competenties kunnen ze aangeven wat ze zoeken in de sollicitant. Welke eigenschappen deze nodig heeft om de functie goed te kunnen uitvoeren.(4.11)
5. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de slechtste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Alleen maar de competenties vermelden en niet weergeven wat de functie nu precies inhoudt. Zo kun je als sollicitant niet weten waar je op solliciteert.(5.11)
6. Hoe leidend zijn de genoemde competenties in de vacaturetekst voor jou om op een functie wel of niet te solliciteren? Waarom wel/niet?
Deze zijn voor mij wel leidend, want zo weet ik of ik aan deze competenties kan voldoen die het bedrijf graag zou willen.(6.11)

Verschil mediabron vacaturetekst

7. Vind je het belangrijk dat je direct een volledig beeld van een functie krijgt? Met andere woorden ga je voor de volledigheid nog verder op zoek naar informatie, bijvoorbeeld op de internetsite van de organisatie?
Ja, via internet kun je meer over het bedrijf te weten komen en kijken of deze ook bij jouw past.(7.11)
8. Ga je daarbij specifiek op zoek naar competenties die belangrijk zijn voor de functie?
Nee, ik ga meer informatie opzoeken over het bedrijf, hun instellingen, wensen, en dat soort dingen.(8.11)
9. Zie je verschillen in het benoemen van competenties als je kijkt naar vacatures in verschillende media; krant (print)/vacaturesite/website/organisatie? Wat valt je daarin op?
Op een website van een organisatie of een vacaturesite zijn ze vaak wat uitgebreider, dan een advertentie in de krant.

10. Hoe belangrijk vind je de inhoud van de vacaturetekst als je de bedrijfsnaam en de functie hebt gelezen?

1:heel onbelangrijk

2:onbelangrijk

3:neutraal

4: belangrijk

5: zeer belangrijk

Waarom? Een advertentie moet niet te lang zijn maar ook niet te kort zijn. Het ligt ook een beetje aan het soort bedrijf die de vacature heeft geplaatst. Bij een bekend bedrijf heb je minder informatie nodig dan bij kleinere bedrijven die je vaak niet goed kent. (10.11)

Bij vacaturetekst 1: pensioenspecialist bij het Pensioenfonds horeca&catering

11. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:

1:slecht

2:matig

3:redelijk

4:goed

5:uitstekend

Waarom geef je dit cijfer?

Omdat in de tekst toch redelijk duidelijk wordt aangegeven wat de functie inhoudt en wat voor iemand ze zoeken.(11.11)

12. Welke competenties herken je in deze tekst?

Gedreven en leergierig, uitstekende schriftelijke vaardigheden, resultaatgericht, analytisch sterk, klantgericht, betrokkenheid, goed samenwerken, kennis van pensioenen.

(9 competenties, 12.11)

13. Wat zeggen deze competenties jou?

Dit zijn de wensen van het bedrijf die iemand voor deze functie in zich moet hebben. (13.11)

14. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Het bedrijf wil iemand die er volledig voor gaat. Nieuwe dingen wil leren en hier ook voor openstaat, maar ook betrokkenheid toont bij de zaak en de klant.

Bij vacaturetekst 2: relatiebeheerder bij Aegon

15. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:

1:slecht

2:matig

3:redelijk

4:goed

5:uitstekend

Waarom geef je dit cijfer?

Ik vind het een erge lange tekst. Er staan veel dingen in die niet aangeven wat de functie precies inhoudt en wat ze van je verwachten. Hierdoor zijn er misschien mensen die gauw afhakken en niet verder lezen. (15.11)

16. Welke competenties herken je in deze tekst?

Flexibel zijn, zelfstandig kunnen werken, klantgericht, commerciële instelling hebben en kennis van pensioenen.

(5 competenties, 16.11)

17. Wat zeggen deze competenties jou?

Dit zijn de wensen van het bedrijf die iemand voor deze functie in zich moet hebben. (17.11)

18. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Het bedrijf zoekt iemand die van pensioenen al goed op de hoogte is, werkervaring heeft en al zelfstandig kan werken.

19. Welke van de twee vacatureteksten heeft jouw voorkeur?

De eerste.

Waarom?

Deze vacaturetekst is kort maar krachtig. Hier staat duidelijk in wat de functie inhoudt en wat ze verwachten van de sollicitant. Die tekst oogt ook een stuk vriendelijker en opener dan de tweede tekst. (19.11)

Onderzoek competenties in vacatureteksten**Respondent 12**

Aantal vragen persoonsgegevens:

- Leeftijd: 37
- Aantal jaren werkervaring in de pensioenbranche: 7 jaar
- Hoogstgenoten (al dan niet afgeronde) opleiding: WO

Algemene vragen

1. Wat zijn competenties?
Competenties zijn kennis, vaardigheden en eigenschappen (1.12), zoals intelligentie en persoonlijkheid, die leiden tot excellent gedrag.
2. Schetsen competenties in vacatureteksten een eerlijk beeld van de betreffende functie?
Ik denk het wel, het zegt iets over de kwaliteiten die je moet bezitten.(2.12)
3. Welke rol spelen competenties in vacatureteksten bij jouw zoekgedrag naar een interessante functie?
Voor mij persoonlijk niet zo'n grote rol. Ik kijk eerst meer naar de functie inhoudelijke zaken en of de functie een uitdaging biedt.(3.12)
4. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de beste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Ze moeten zorgen voor een compleet beeld van de functie. Daarbij moeten ze de kerncompetenties van de functies noemen. Die onderscheiden de functie namelijk.(4.12)
5. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de slechtste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Onvolledig en onjuiste competenties vermelden. Dat vind ik echt heel storend, het geeft daardoor niet het beeld van de functie die het zou moeten geven.(5.12)
6. Hoe leidend zijn de genoemde competenties in de vacaturetekst voor jou om op een functie wel of niet te solliciteren? Waarom wel/niet?
Ze zijn voor mij niet echt leidend, maar ze geven wel een richting. Mijn keuze om wel of niet te solliciteren is afhankelijk van de werkgever, hoe aantrekkelijk is deze gepresenteerd, en de functie inhoud.(6.12)

Verschil mediabron vacaturetekst

7. Vind je het belangrijk dat je direct een volledig beeld van een functie krijgt? Met andere woorden ga je voor de volledigheid nog verder op zoek naar informatie, bijvoorbeeld op de internetsite van de organisatie?
Nee, de advertentie moet uitdagend genoeg zijn om verder te zoeken naar informatie over de werkgever. Ik vind het geen probleem om een kijkje te nemen op de website. Daar is 'ie toch ook voor.(7.12)
8. Ga je daarbij specifiek op zoek naar competenties die belangrijk zijn voor de functie?
Nee, ik zoek meer naar algemene informatie over de werkgever. Wat voor soort bedrijf is het, wat doen ze precies, dat soort dingen.(8.12)
9. Zie je verschillen in het benoemen van competenties als je kijkt naar vacatures in verschillende media; krant (print)/vacaturesite/website/organisatie? Wat valt je daarin op?
Dat is mij eerlijk gezegd niet direct opgevallen. Ik heb er nooit zo opgelet.

10. Hoe belangrijk vind je de inhoud van de vacaturetekst als je de bedrijfsnaam en de functie hebt gelezen?

1:heel onbelangrijk
2:onbelangrijk
3:neutraal
4: belangrijk

5: zeer belangrijk

Waarom?

Om een beeld te krijgen van de inhoud van de functie. Alleen een functienaam zegt niet zoveel.

Eenzelfde functienaam kan inhoudelijk toch verschillen per bedrijf. (10.12)

Bij vacaturetekst 1: pensioenspecialist bij het Pensioenfonds horeca&catering

11. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:

1:slecht
2:matig
3:redelijk

4:goed

5:uitstekend

Waarom geef je dit cijfer?

Het geeft aan wat de functie inhoud, de belangrijkste werkzaamheden en het geeft informatie over competenties die je nodig hebt voor de functie. Een best wel complete vacature dus, zonder dat er een heel lang verhaal voor gebruikt wordt. (11.12)

12. Welke competenties herken je in deze tekst?

Gedreven, schriftelijke vaardigheden, resultaatgericht, analytisch, betrokken, samenwerken en pensioenkennis.

(7 competenties, 12.12)

13. Wat zeggen deze competenties jou?

Ik vind dit een moeilijke vraag. Ze geven aan wat voor persoon gezocht wordt voor de functie, niveau en competenties die benodigd zijn. (13.12)

14. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Ik heb echt geen idee. Dat het een pittige functie is?

Bij vacaturetekst 2: relatiebeheerder bij Aegon

15. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:

1:slecht
2:matig
3:redelijk

4:goed

5:uitstekend

Waarom geef je dit cijfer? *De vacature geeft een duidelijk beeld van de functie en van de organisatie.*

En ze zeggen ook iets over de doorgroeimogelijkheden. (15.12)

16. Welke competenties herken je in deze tekst?

Samenwerken, flexibiliteit, verantwoordelijkheidsgevoel, initiatief, zelfstandigheid, intelligent (HBO niveau), luisteren, beoordelen...(vragen beantwoorden over de pensioenregeling; dat is dan meer communicatief vaardig).

(8 competenties, 16.12)

17. Wat zeggen deze competenties jou?

Dat het een functie is waarin veel initiatief wordt verwacht, je moet goed alleen kunnen werken maar ook in een team.

18. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Een drukke baan in een dynamische omgeving.

19. Welke van de twee vacatureteksten heeft jouw voorkeur?

Vacaturetekst twee.

Waarom?

Deze geeft een completer beeld van de branche en de organisatie en geeft ook aan dat er doorgroeimogelijkheden zijn. (19.12)

Onderzoek competenties in vacatureteksten**Respondent 13**

Aantal vragen persoonsgegevens:

- Leeftijd: 24
- Aantal jaren werkervaring in de pensioenbranche: 8 maanden
- Hoogstgenoten (al dan niet afgeronde) opleiding: HBO.

Algemene vragen

1. Wat zijn competenties?
Vaardigheden (1.13), die deels aangeleerd zijn en deels vanuit karakter. Hiermee kun je een bepaalde taak volbrengen.
2. Schetsen competenties in vacatureteksten een eerlijk beeld van de betreffende functie? *Niet altijd. Er wordt naar mijn idee vaak teveel gevraagd terwijl de functie achteraf gezien minder heftig en uitdagend is.(2.13)*
3. Welke rol spelen competenties in vacatureteksten bij jouw zoekgedrag naar een interessante functie? *Geen rol. Ik kijk naar de inhoud van de functie en de taken die daarbij horen(3.13). Als je iets leuk vindt om te doen dan kun je alles. Het gaat ook in een sollicitatiegesprek om het enthousiasme wat je uitstraalt.*
4. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de beste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Niet teveel en niet te overdreven termen gebruiken als uitstekende communicatie vaardigheden en zo. Behalve als je zeker weet dat je daarmee je respons beperkt tot een groep die ook echt interessant is. Je moet reëel blijven zodat iemand echt weet wat de functie inhoudt. (4.13)
5. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de slechtste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Te veel, te heftig, te overdreven. Dat vind ik echt vreselijk; het voegt niets toe aan de vacaturetekst.(5.13)
6. Hoe leidend zijn de genoemde competenties in de vacaturetekst voor jou om op een functie wel of niet te solliciteren? Waarom wel/niet?
Niet, zoals ik net al zei kijk ik naar inhoud van de functie met de bijbehorende taken. Als ik het leuk vind, probeer ik gewoon te overtuigen dat ik het ook kan.(6.13)

Verschil mediabron vacaturetekst

7. Vind je het belangrijk dat je direct een volledig beeld van een functie krijgt? Met andere woorden ga je voor de volledigheid nog verder op zoek naar informatie, bijvoorbeeld op de internetsite van de organisatie?
Een volledig beeld in de vacature is wel prettig mits duidelijk en kort opgeschreven. Ik zoek altijd nog verder naar meer informatie. Een korte advertentie kan immers nooit alle informatie bevatten. Internet is een prima plaats voor meer informatie over het bedrijf bijvoorbeeld. (7.13)
8. Ga je daarbij specifiek op zoek naar competenties die belangrijk zijn voor de functie?
Nee, ik lees het natuurlijk wel en krijg aan de hand daarvan soms een volledig beeld.

9. Zie je verschillen in het benoemen van competenties als je kijkt naar vacatures in verschillende media; krant (print)/vacaturesite/website/organisatie? Wat valt je daarin op?

Ik weet het niet. Heb ik nooit op gelet. Vaak zijn vacatures uit de krant gelijk aan dezelfde vacature op de site van het bedrijf.

10. Hoe belangrijk vind je de inhoud van de vacaturetekst als je de bedrijfsnaam en de functie hebt gelezen?

1:heel onbelangrijk

2:onbelangrijk

3:neutraal

4: belangrijk

5: zeer belangrijk

Waarom?

De inhoud van vacaturetekst geeft aan wat je iedere dag gaat doen. Dat lijkt me wel erg belangrijk.(10.13)

Bij vacaturetekst 1: pensioenspecialist bij het Pensioenfonds horeca&catering

11. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:

1:slecht

2:matig

3:redelijk

4:goed

5:uitstekend

Waarom geef je dit cijfer?

Ik krijg een goed beeld van de inhoud van de functie.(11.13)

12. Welke competenties herken je in deze tekst?

Schriftelijke vaardigheden, resultaatgericht, analytisch, klantgericht, samenwerken.

(5 competenties, 12.13)

13. Wat zeggen deze competenties jou?

Voor mijn gevoel moet je overal goed in zijn in deze functie. Er wordt vrij veel gevraagd. (13.13)

14. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Dat je overal al veel ervaring mee opgedaan moet hebben. Dit komt vooral door termen als sterk en uitstekend.

Bij vacaturetekst 2: relatiebeheerder bij Aegon

15. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:

1:slecht

2:matig

3:redelijk

4:goed

5:uitstekend

Waarom geef je dit cijfer?

Ik kan me er een voorstelling van maken hoe mijn dag eruit zou zien in deze functie.

16. Welke competenties herken je in deze tekst?

Besluitvaardig (dat staat er niet, maar leidt ik af; er staat iets over beslissingen kunnen en willen nemen), verantwoordelijkheidsgevoel, zelfbewust.

(3 competenties, 16.13)

17. Wat zeggen deze competenties jou?

Ik vind het een redelijke eis voor deze functie. Het schrikt niet af omdat heel veel mensen die competenties wel bezitten.

18. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Redelijke verwachting, zoals dat geldt voor het uitoefenen van bijna elke functie, denk ik. Ik weet niet wat hier verder over kan zeggen. De competenties die ik net noemde, bezitten veel mensen wel in ieder geval.

19. Welke van de twee vacatureteksten heeft jouw voorkeur?

Nummer 1.

Waarom?

Deze spreekt een zeer duidelijke taal en is kort en bondig. Bij de tweede moest ik twee keer lezen. Dat raakte me dus niet meteen. Er staat ook zoveel tekst. (19.13)

Onderzoek competenties in vacatureteksten**Respondent 14**

Aantal vragen persoonsgegevens:

- Leeftijd: 42
- Aantal jaren werkervaring in de pensioenbranche: 2 jaar
- Hoogstgenoten (al dan niet afgeronde) opleiding: HBO

Algemene vragen

1. Wat zijn competenties?

Competenties zijn vaardigheden (1.14) die je nodig hebt om een functie uit te voeren.

2. Schetsen competenties in vacatureteksten een eerlijk beeld van de betreffende functie?

Ik denk het wel. Het gaat om de kwaliteiten waarvan een werkgever wil dat je ze bezit voor de openstaande vacature. Vaak zijn die afgeleid van de competentieprofiel waarmee ook de beoordeling wordt gemaakt. Daarmee heeft een werkgever een bepaalde wens en daarmee zal ook wel een eerlijk beeld geschetst worden van de vacature.(2.14)

3. Welke rol spelen competenties in vacatureteksten bij jouw zoekgedrag naar een interessante functie?

Grote rol, ik scan de vacature op benodigde vaardigheden. Als het redelijk overeen komt met mijn eigen vaardigheden dan is het voor mij een geschikte vacature.(3.14)

4. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de beste manier van omgaan met competenties in een advertentie?

Het benoemen van de kerncompetenties die je nodig hebt om de vacature uit te voeren. Vaak zie je toch wel heel veel competenties in een vacaturetekst staan. Het is dan ook niet zo moeilijk om er wel een paar te vinden die passen bij je eigen vaardigheden. Als er in een advertentie alleen de belangrijkste genoemd worden, dan zullen er veel geschiktere sollicitanten reageren. Het helpt dus om het kaf van de koren te scheiden.(4.14)

5. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de slechtste manier van omgaan met competenties in een advertentie?

Als er helemaal geen competenties genoemd worden of als er van die vage of onduidelijke competenties genoemd worden die niets extra's prijsgeven over de functie. Zoals klantgericht in een winkel. Dat lijkt me logisch. Of gedrevenheid; wat zegt dit nou eigenlijk en wanneer noem je iemand, of jezelf, nou eigenlijk gedreven. In die gevallen kan een beetje uitleg geven geen kwaad. (5.14)

6. Hoe leidend zijn de genoemde competenties in de vacaturetekst voor jou om op een functie wel of niet te solliciteren? Waarom wel/niet?

Samen met de aantrekkelijkheid van de functie en het bedrijf, zijn competenties ook leidend voor mij om te solliciteren. Het geeft namelijk een goed beeld of je de functie aan kunt. (6.14)

Verschil mediabron vacaturetekst

7. Vind je het belangrijk dat je direct een volledig beeld van een functie krijgt? Met andere woorden ga je voor de volledigheid nog verder op zoek naar informatie, bijvoorbeeld op de internetsite van de organisatie?

De functie moet de aandacht trekken, voor de volledigheid ga ik wel op zoek naar meer informatie over het bedrijf op de site. Ik doe ook wel navraag bij anderen die het bedrijf kennen.(7.14)

8. Ga je daarbij specifiek op zoek naar competenties die belangrijk zijn voor de functie?
Ja, als er een uitgebreide functieomschrijving op de site staat, dan neem ik deze door. Competenties kunnen wat mij betreft echt iets extra's geven. Het is een mooie test door te vergelijken of ze passen bij je eigen competenties en dus of je geschikt bent voor de functie. Er mag natuurlijk nog wel een beetje uitdaging in zitten, maar ik kan me voorstellen dat een werkgever graag wil dat je de kerncompetenties die belangrijk zijn voor de functie al wel bezit. (8.14)
9. Zie je verschillen in het benoemen van competenties als je kijkt naar vacatures in verschillende media; krant (print)/vacaturesite/website/organisatie? Wat valt je daarin op?
In de krant is het met name de bedoeling om de aandacht te trekken en de kandidaten uit te nodigen om te solliciteren. Je krijgt dan beperkte informatie. Vaak is op de website van het bedrijf meer informatie te vinden. Volgens mij nemen de mensen wel de moeite om op zoek te gaan naar meer informatie. Advertenties zijn best duur, dus daar kun je nooit alle informatie kwijt die je over een vacature zou willen vertellen. Laat staan uitgebreide informatie geven over het bedrijf.
10. Hoe belangrijk vind je de inhoud van de vacaturetekst als je de bedrijfsnaam en de functie hebt gelezen?
 1:heel onbelangrijk
 2:onbelangrijk
 3:neutraal
 4: belangrijk
5: zeer belangrijk
 Waarom?
Om een beeld te krijgen van de inhoud van de functie. Alleen een functienaam zegt niet zoveel. Bovendien wil je ook graag wat over het bedrijf weten en je wilt meer weten over de taken die bij de functie horen. Per bedrijf en sector kan dit nog wel eens verschillen is mijn ervaring. (10.14)

Bij vacaturetekst 1: pensioenspecialist bij het Pensioenfonds horeca&catering

11. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:
 1:slecht
 2:matig
3:redelijk
 4:goed
 5:uitstekend
 Waarom geef je dit cijfer?
De advertentie geeft aan wat de functie inhoud beknopt is, de belangrijkste werkzaamheden en informatie over competenties die je nodig hebt voor de functie. Ik vind de competenties wel een beetje algemeen, zoals klantgerichtheid en goed kunnen samenwerken. (11.14)
12. Welke competenties herken je in deze tekst?
Schriftelijke vaardigheden, resultaatgericht, analytisch, betrokken, samenwerken
 (5 competenties, 12.14)
13. Wat zeggen deze competenties jou?
Ze geven aan wat voor kwaliteiten je nodig hebt voor deze functie. Al lijken mij de competenties iets te zwaar aangezet voor wat je echt moet doen. (13.14)
14. Welke verwachting roepen deze in jou op?
Dat het een zware functie is waarbij je specialistische kennis nodig hebt, goed de bijzaken van de hoofdzaken moet kunnen scheiden. Je hebt veel klantcontact zowel intern als extern.

Bij vacaturetekst 2: relatiebeheerder bij Aegon

15. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:
 1:slecht

2:matig

3:redelijk

4:goed

5:uitstekend

Waarom geef je dit cijfer? *Deze vacature geeft een duidelijke beeld van de functie. Ook wordt er iets gezegd over de organisatie en zelfs wat over doorgroeimogelijkheden. Er worden geen vage competenties gebruikt. Het is wel een flinke tekst, dat zal niet iedereen aanspreken. Zelf vind ik dat geen probleem, zolang het maar interessante informatie geeft. (15.14)*

16. Welke competenties herken je in deze tekst?

HBO werk- en denkniveau, kennis van pensioen, initiatief (daar is ruimte voor), klantgericht (want je werkt in klantenteams), verantwoordelijkheidsgevoel, commercieel en dienstverlenend en zelfbewust. Ze vragen eigenlijk best wel veel...

(8 competenties, 16.14)

17. Wat zeggen deze competenties jou?

Door de omschrijvingen die ze geven wordt duidelijk gemaakt wat ze van je verwachten ten aanzien van bijvoorbeeld samenwerken en klantgerichtheid. Juist doordat deze vacature wat meer met beschrijvingen werkt, is het duidelijk in wat voor context je over bepaalde competenties moet beschikken.

18. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Het lijkt mij een afwisselende en dynamische functie. Ik zie veel verschillende taken en ook wel wat pittige competenties.

19. Welke van de twee vacatureteksten heeft jouw voorkeur?

Vacaturetekst twee.

Waarom?

Deze geeft een duidelijk beeld van de functie en wat zij van een kandidaat verwachten. Ze beschrijven de functie in een bepaalde context en dat geeft daardoor een duidelijk beeld. (19.14)

Onderzoek competenties in vacatureteksten**Respondent 15**

Aantal vragen persoonsgegevens:

- Leeftijd: 28
- Aantal jaren werkervaring in de pensioenbranche: 6 jaar
- Hoogst genoten (al dan niet afgeronde) opleiding: HBO

Algemene vragen

1. Wat zijn competenties?
Dat zijn skills van mensen die gevraagd worden voor het werk dat ze moeten uitvoeren. In Nederland kunnen we dat het best omschrijven met vaardigheden (1.15), denk ik.
2. Schetsen competenties in vacatureteksten een eerlijk beeld van de betreffende functie? *Niet altijd. Het zal echter wel zo zijn dat het signaleren van bepaalde competenties bij sollicitanten de doorslag zal geven om met iemand wel of niet in zee te gaan. Ik bedoel dat bepaalde competenties belangrijker zijn dan andere en die geven dus de doorslag. Vaak zullen er dus wel veel gevraagd worden.(2.15)*
3. Welke rol spelen competenties in vacatureteksten bij jouw zoekgedrag naar een interessante functie? *Wel een belangrijke. Als je voor een bepaalde functie een bepaalde competentie nodig hebt, die je niet bezit of waar je niet zo goed in bent, dan zal ik niet reageren.*
4. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de beste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Duidelijk en eerlijk zijn over de competenties die jij vereist vindt bij medewerkers van je bedrijf. En dus niet teveel noemen, dat komt zo overdreven over en het helpt niet om goede sollicitanten te vinden.(4.15)
5. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de slechtste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Als de competentie niet duidelijk wordt vermeld. Bijvoorbeeld, 'je moet flexibel zijn'. Dan wil ik ook precies weten in welk opzicht en niet in algemene zin.(5.15)
6. Hoe leidend zijn de genoemde competenties in de vacaturetekst voor jou om op een functie wel of niet te solliciteren? Waarom wel/niet?
Competenties geven enerzijds aan of iets je ligt, maar anderzijds kunnen competenties ook aangeven of je iets leuk vindt of niet. Dus ik let er absoluut wel op en ze geven bij mij ook zeker de doorslag om wel of niet te gaan solliciteren.(6.15)

Verschil mediabron vacaturetekst

7. Vind je het belangrijk dat je direct een volledig beeld van een functie krijgt? Met andere woorden ga je voor de volledigheid nog verder op zoek naar informatie, bijvoorbeeld op de internetsite van de organisatie?
Hoe meer informatie je hebt, hoe beter. Ik zal niet alles willen opzoeken, maar ik oriënteer me wel alvast een beetje. Hoe meer je al weet van de organisatie, hoe groter de kans dat je solliciteert voor iets dat je ook daadwerkelijk leuk vindt.(7.15)
8. Ga je daarbij specifiek op zoek naar competenties die belangrijk zijn voor de functie?
Als het goed is, zou ik daarvoor niet op zoek hoeven te gaan, omdat het in de vacature vermeld staat.

9. Zie je verschillen in het benoemen van competenties als je kijkt naar vacatures in verschillende media; krant (print)/vacaturesite/website/organisatie? Wat valt je daarin op?

Ja zeker, de krant en de vacaturesite zijn meer marketing gericht en moeten je lokken met steekwoorden. Als je dan verder gaat kijken op de website bijvoorbeeld, dan ga je zien wat de vereiste competenties betekenen.

10. Hoe belangrijk vind je de inhoud van de vacaturetekst als je de bedrijfsnaam en de functie hebt gelezen?

1:heel onbelangrijk

2:onbelangrijk

3:neutraal

4: belangrijk

5: zeer belangrijk

Waarom?

De reden dat dit belangrijk is, is omdat het niet zomaar een keuze is om bij een bepaalde werkgever te gaan werken. Je wilt wel weten wat je te wachten staat. Het gaat zowel om het bedrijf als om meer informatie over de functie. (10.15)

Bij vacaturetekst 1: pensioenspecialist bij het Pensioenfonds horeca&catering

11. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:

1:slecht

2:matig

3:redelijk

4:goed

5:uitstekend

Waarom geef je dit cijfer?

Ik heb al een goed beeld van wat ik zou kunnen verwachten van de functie en wat de functie verwacht van mij. (11.15)

12. Welke competenties herken je in deze tekst?

Accuratesse (het is een juridische functie en je moet analytisch zijn), resultaatgerichtheid, klantgerichtheid, inzicht in pensioenregelingen, betrokkenheid, samenwerken.

(6 competenties, 12.15)

13. Wat zeggen deze competenties jou?

Dat het niet gaat om bulkwerk, maar dat er wordt een specialisme gevraagd. Voor specialisme zijn alleen basiscompetenties niet voldoende.

14. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Dat het een vacature is voor een baan, waarbij de genoemde competenties aanwezig moeten zijn. Met andere woorden, heb je deze niet of in mindere mate, dan hoef je ook niet te solliciteren. Ik verwacht ook dat het bijbehorende salaris door de gevraagde competenties wel goed zal zijn. (14.15)

Bij vacaturetekst 2: relatiebeheerder bij Aegon

15. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:
1:slecht
2:matig
3:redelijk
4:goed
5:uitstekend
Waarom geef je dit cijfer?
Het is niet overzichtelijk. Bij een verhaal raak je snel de draad kwijt. Je leest zinnen wel, maar vaak lees je niet wat er echt staat. De kans is dus groot dat je essentiële punten anders interpreteert dan ze bedoeld zijn.(15.15)
16. Welke competenties herken je in deze tekst?
Klantgerichtheid, flexibiliteit, samenwerken, verantwoordelijkheid, zelfstandigheid.
(5 competenties, 16.15)
17. Wat zeggen deze competenties jou?
Dat je het met je afdeling moet doen. Met elkaar bekijken waar de prioriteiten liggen, zonder dat er precies tegen je gezegd wordt wat je moet doen. Er staat namelijk dat je in klantenteams werkt.
18. Welke verwachting roepen deze in jou op?
Dat er een grote mate van zelfstandigheid en verantwoordelijkheid wordt gevraagd. Dit is alleen weggelegd voor bepaalde mensen, want de meeste mensen willen duidelijkheid over hetgeen ze moeten doen. Ik zou dan wel kijken of ik dat kan brengen, wat ze vragen.
19. Welke van de twee vacatureteksten heeft jouw voorkeur?
De eerste.
Waarom?
Omdat deze veel overzichtelijker is en ook direct een beeld geeft van wat er van je verwacht gaat worden. Bij de tweede raak je de draad kwijt door het best lange verhaal.(19.15)

Onderzoek competenties in vacatureteksten**Respondent 16**

Aantal vragen persoonsgegevens:

- Leeftijd: 25
- Aantal jaren werkervaring in de pensioenbranche: 8 jaar
- Hoogstgenoten (al dan niet afgeronde) opleiding: HAVO

Algemene vragen

1. Wat zijn competenties?
Vaardigheden en vakinhoudelijk kennis (1.16).
2. Schetsen competenties in vacatureteksten een eerlijk beeld van de betreffende functie? *Niet altijd, sommige competenties zijn niet voor de functie noodzakelijk maar worden wel gevraagd. (2.16)*
3. Welke rol spelen competenties in vacatureteksten bij jouw zoekgedrag naar een interessante functie?
Geen, daar kijk ik niet naar. (3.16)
4. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de beste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Laat de competenties goed aansluiten op de functie en vraag geen competenties die niet nodig zijn. (4.16)
5. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de slechtste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Competenties opstellen die niets met de functie te maken hebben. (5.16)
6. Hoe leidend zijn de genoemde competenties in de vacaturetekst voor jou om op een functie wel of niet te solliciteren? Waarom wel/niet?
Niet, ik ga op de functie af en naar aanleiding van het eerste gesprek kan van beide kanten worden bepaald of ik wel aan die competenties voldoe. Bij solliciteren kijk ik niet naar de competenties. (6.16)

Verschil mediabron vacaturetekst

7. Vind je het belangrijk dat je direct een volledig beeld van een functie krijgt? Met andere woorden ga je voor de volledigheid nog verder op zoek naar informatie, bijvoorbeeld op de internetsite van de organisatie?
Dat vind ik heel belangrijk. Voordat ik solliciteer doe ik altijd onderzoek naar het desbetreffende bedrijf, daarvoor bekijk ik de website en vraag ik anderen die bij het bedrijf werken of gewerkt hebben naar hun ervaringen. (7.16)
8. Ga je daarbij specifiek op zoek naar competenties die belangrijk zijn voor de functie?
Nee, want ik vind competenties gewoon niet echt belangrijk. Ze zeggen mij niet zoveel.
9. Zie je verschillen in het benoemen van competenties als je kijkt naar vacatures in verschillende media; krant (print)/vacaturesite/website/organisatie? Wat valt je daarin op?
Ja, bedrijven die jonge mensen zoeken proberen zo op een dynamische manier mensen te krijgen door de tekst of het uiterlijk van de advertentie. Met mooie plaatjes en zo.

10. Hoe belangrijk vind je de inhoud van de vacaturetekst als je de bedrijfsnaam en de functie hebt gelezen?

1:heel onbelangrijk

2:onbelangrijk

3:neutraal

4: belangrijk

5: zeer belangrijk

Waarom?

De inhoud van de functie is wel belangrijk daarmee kan je bepalen of dit wel de functie is waarop je wil solliciteren en het bedrijf is natuurlijk ook belangrijk.(10.16)

Bij vacaturetekst 1: pensioenspecialist bij het Pensioenfonds horeca&catering

11. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:

1:slecht

2:matig

3:redelijk

4:goed

5:uitstekend

Waarom geef je dit cijfer?

De functie sluit aan op de competenties; volgens mijn zijn ze niet overdreven en is dit wel zo'n beetje wat je moet kunnen om de functie goed uit te voeren.(11.16)

12. Welke competenties herken je in deze tekst?

Analytisch sterk, kennis van pensioenregelingen, uitstekende schriftelijke vaardigheden en het niveau HBO.

(4 competenties, 12.16)

13. Wat zeggen deze competenties jou?

Ze maken duidelijk over welke persoon ze zoeken voor deze functie.

14. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Dat ze een leergierig intelligent persoon zoeken op hbo niveau die al enige kennis van pensioenen heeft.

Bij vacaturetekst 2: relatiebeheerder bij Aegon

15. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:

1:slecht

2:matig

3:redelijk

4:goed

5:uitstekend

Waarom geef je dit cijfer?

Er wordt niet concreet omschreven wat de functie inhoud bij service center pensioen. Ik mis een omschrijving van de taken die bij de functie horen.(15.16)

16. Welke competenties herken je in deze tekst?

Verantwoordelijkheid, zelfstandig,

(2 competenties, 16.16)

17. Wat zeggen deze competenties jou?

Dat je veel zelf moet doen.

18. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Dat je zelf in staat moet zijn om dingen uit te zoeken en om hulp te vragen.

19. Welke van de twee vacatureteksten heeft jouw voorkeur?

De tweede.

Waarom?

Daar wordt helder omschreven wat er verwacht en verlangd wordt. De eerste is daar wel erg kort in (19.16).

Onderzoek competenties in vacatureteksten**Respondent 17**

Aantal vragen persoonsgegevens:

- Leeftijd: 38
- Aantal jaren werkervaring in de pensioenbranche: 10 jaar
- Hoogstgenoten (al dan niet afgeronde) opleiding: HBO

Algemene vragen

1. Wat zijn competenties?
Te beoordelen criteria in termen van waarneembaar gedrag (1.17) .
2. Schetsen competenties in vacatureteksten een eerlijk beeld van de betreffende functie? *Niet altijd, er worden nogal eens competenties genoemd die helemaal niet echt nodig zijn voor een functie. (2.17)*
3. Welke rol spelen competenties in vacatureteksten bij jouw zoekgedrag naar een interessante functie? *Geringe rol, ik vind competenties niet zo belangrijk. Het gaat mij meer om de functie en het bedrijf als ik aan het zoeken ben naar een nieuwe baan. (3.17)*
4. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de beste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Eenvoudig en duidelijk houden. Ik houd van korte en krachtige vacatureteksten. Niet teveel gedoe erom heen. Ze moeten alleen de competenties noemen die echt voor de functie belangrijk zijn. (4.17)
5. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de slechtste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Geen onnodige extra competenties noemen of verhalend vertellen. Ook moeten de competenties passen bij de functie. (5.17)
6. Hoe leidend zijn de genoemde competenties in de vacaturetekst voor jou om op een functie wel of niet te solliciteren? Waarom wel/niet?
Ik kijk of de competenties ook in mijn profiel passen. Over het algemeen hebben de competenties een ondergeschikte rol, omdat de functie waarop ik dan solliciteer al bepalend is. Daarvoor moet je al voldoen aan bepaalde competenties. Eigenlijk vind ik de competenties dan een vanzelfsprekendheid. (6.17)

Verschil mediabron vacaturetekst

7. Vind je het belangrijk dat je direct een volledig beeld van een functie krijgt? Met andere woorden ga je voor de volledigheid nog verder op zoek naar informatie, bijvoorbeeld op de internetsite van de organisatie?
Meestal niet. Het hangt ook van de functie af. Meestal kom je tijdens een gesprek daar verder achter. (7.17)
8. Ga je daarbij specifiek op zoek naar competenties die belangrijk zijn voor de functie?
Als er onnodig meer competenties gevraagd worden, dan haak ik soms af. Soms wil ik wel verder kijken., maar competenties hebben voor mij een ondergeschikte rol, ik ga vooral op zoek naar een totale indruk van de organisatie en de functie. (8.17)
9. Zie je verschillen in het benoemen van competenties als je kijkt naar vacatures in verschillende media; krant (print)/vacaturesite/website/organisatie? Wat valt je daarin op?
Ik volg dat de laatste tijd niet. Maar het verschilt ook per branche als je kijkt naar dezelfde functies denk ik. (9.17)

10. Hoe belangrijk vind je de inhoud van de vacaturetekst als je de bedrijfsnaam en de functie hebt gelezen?

1: heel onbelangrijk
2: onbelangrijk
3: neutraal

4: belangrijk

5: zeer belangrijk

Waarom? *Dat zegt ook iets over het bedrijf. De manier waarop een bedrijf zijn vacature presenteert, geeft een bepaald beeld wat je wel of niet aan kunt spreken. (10.17)*

Bij vacaturetekst 1: pensioenspecialist bij het Pensioenfonds horeca&catering

11. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:

1:slecht
2:matig
3:redelijk

4:goed

5:uitstekend

Waarom geef je dit cijfer?

Deze is duidelijk en kort. Competenties sluiten goed aan bij de functie. Als je een pensioenspecialist zoekt dan moet deze wel iemand zijn die meerdere jaren ervaring in die richting heeft en je moet niet iemand zoeken waarbij de kennis een pre is. Dat klopt niet helemaal. (11.17)

12. Welke competenties herken je in deze tekst?

Gedrevenheid, leergierig, goed kunnen communiceren, resultaatgericht, analytisch, klantgericht, betrokkenheid, teamspeler.

(8 competenties, 12.17)

13. Wat zeggen deze competenties jou?

Het bepaalt hoe een persoon is of moet zijn. Of hoe hij zich moet gedragen. Het waarneembare gedrag dus.

14. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Een functie met veelzijdige taken en waarbij veel contact met andere personen is.

Bij vacaturetekst 2: relatiebeheerder bij Aegon

15. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:

1:slecht
2:matig

3:redelijk

4:goed

5:uitstekend

Waarom geef je dit cijfer?

Er worden hier korte eenvoudige zinnen gebruikt. Welke competenties de kandidaat moet beschikken is bij het eerste stuk niet vermeld. Het is heel beschrijvend.

In het tweede deel worden wat competenties summier genoemd.

16. Welke competenties herken je in deze tekst?

Goede kennis hebben van pensioenen, verantwoordelijk zijn, commercieel zijn, dienstverlenend zijn, flexibel.

(5 competenties, 16.17)

17. Wat zeggen deze competenties jou?

Deze passen bij de genoemde functie.

18. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Dat ik me bij deze organisatie goed kan plaatsen en een veelzijdige functie kan bekleden.

19. Welke van de twee vacatureteksten heeft jouw voorkeur?

De eerste.

Waarom?

Deze geeft goed beknopt de functie weer zonder verhalend te zijn waarom deze functie zo interessant is. (19.17)

Onderzoek competenties in vacatureteksten**Respondent 18**

Aantal vragen persoonsgegevens:

- Leeftijd: 24
- Aantal jaren werkervaring in de pensioenbranche: 1 jaar
- Hoogstgenoten (al dan niet afgeronde) opleiding: WO

Algemene vragen

1. Wat zijn competenties?
Bepaalde vaardigheden (1.18) waaraan je dient te voldoen binnen je werkzaamheden. Hierbij denk ik aan dingen als luisteren, mondelinge communicatie, schriftelijke communicatie, samenwerken, flexibiliteit en dergelijke.
2. Schetsen competenties in vacatureteksten een eerlijk beeld van de betreffende functie? *Meestal niet, ik vind dat functies worden aangedikt om ze aan de man te brengen. (2.18)*
3. Welke rol spelen competenties in vacatureteksten bij jouw zoekgedrag naar een interessante functie? *Een grote rol, ik kijk naar flexibiliteit, complexiteit en gedrevenheid. Missen die in de vacature, dan lijkt de functie voor mij al minder interessant. Teveel competenties maakt het ook weer onoverzichtelijk en dan lijkt het alleen maar of ze het proberen te verkopen, dus dat werkt voor mij niet goed. (3.18)*
4. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de beste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Een aantal, maximaal vier, duidelijke competenties die ook daadwerkelijk het bedrijf weergeven vind ik goed om te vermelden. (4.18)
5. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de slechtste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Teveel populaire competenties erin verwerken. Tegenwoordig biedt iedereen een uitdagende functie voor spontane mensen. Hiermee trek je de aandacht niet meer. (5.18)
6. Hoe leidend zijn de genoemde competenties in de vacaturetekst voor jou om op een functie wel of niet te solliciteren? Waarom wel/niet?
Het is je eerste kennismaking met het bedrijf. Het geeft een eerste indruk. Als de tekst sprekend en interessant is dan wil je misschien wel op gesprek komen. Ze zijn voor mij dus wel leidend. (6.18)

Verschil mediabron vacaturetekst

7. Vind je het belangrijk dat je direct een volledig beeld van een functie krijgt? Met andere woorden ga je voor de volledigheid nog verder op zoek naar informatie, bijvoorbeeld op de internetsite van de organisatie?
Je hoeft wat mij betreft niet alles in de tekst terug te kunnen vinden. Het gaat erom dat je interesse gewekt wordt, dan zie je op de site wel meer over het bedrijf. (7.18)
8. Ga je daarbij specifiek op zoek naar competenties die belangrijk zijn voor de functie?
Nee, als ze in de vacaturetekst staan, vind ik het belangrijk om te functie in te schatten wat betreft uitdaging. Als ze er niet bij staan, wat volgens mij meestal wel het geval is, dan is het jammer maar dan kijk ik naar andere dingen als informatie over de werkzaamheden.(8.18)

9. Zie je verschillen in het benoemen van competenties als je kijkt naar vacatures in verschillende media; krant (print)/vacaturesite/website/organisatie? Wat valt je daarin op?
Advertenties in kranten zijn vaak veel korter, maar ook veel algemener omschreven, bijna iedereen voldoet dan wel. Op internet is meer ruimte om te schrijven over wat de functie is en hoe het bedrijf is.

10. Hoe belangrijk vind je de inhoud van de vacaturetekst als je de bedrijfsnaam en de functie hebt gelezen?

1:heel onbelangrijk

2:onbelangrijk

3:neutraal

4: belangrijk

5: zeer belangrijk

Waarom? Ik vind dat de tekst je interesse moet wekken. De functie die je wil heb je van tevoren al bepaald. Je gaat niet naar vacatures kijken voor verpleegster als je voor automonteur hebt gekozen. Het gaat juist om de inhoud van de functie. Blijkt het een kantoorbaan te zijn, dan kan je dat heel erg aanspreken of juist niet, misschien wil je liever naar buiten. (10.18)

Bij vacaturetekst 1: pensioenspecialist bij het Pensioenfonds horeca&catering

11. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:

1:slecht

2:matig

3:redelijk

4:goed

5:uitstekend

Waarom geef je dit cijfer?

Het geeft aan wat voor iemand gezocht wordt. Het geeft alleen niet aan wat je precies moet doen voor werkzaamheden. Daardoor zou ik nu niet weten wat van mij verwacht wordt. (11.18)

12. Welke competenties herken je in deze tekst?

Mondelinge en schriftelijke communicatie (contacten onderhouden met collega's), samenwerken, klantgericht

(4 competenties, 12.18)

13. Wat zeggen deze competenties jou?

Dat ze iemand zoeken die aan deze dingen moet voldoen. Dat je dus een kantoorbaan leuk moet vinden en met mensen om moet kunnen gaan. (13.18)

14. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Dat je veel binnen achter je pc zit en dat je af en toe deelnemers spreekt om te helpen.

Bij vacaturetekst 2: relatiebeheerder bij Aegon

15. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:

1:slecht

2:matig

3:redelijk

4:goed

5:uitstekend

Waarom geef je dit cijfer? *Deze tekst bevat meer informatie over wat het bedrijf is en wat zij te bieden hebben aan mij. Daarom vind ik 'm beter dan de vorige tekst. (15.18)*

16. Welke competenties herken je in deze tekst?

Zelfstandig werken, samenwerken, vakkundigheid (ze vragen goede kennis van pensioenen) en communicatief (er staat dat je vragen over de pensioenregeling moet beantwoorden).

(4 competenties, 16.18)

17. Wat zeggen deze competenties jou?

Dat er veel van je verwacht wordt tijdens de functie en dat men graag de lat hoog legt. Dat is ook de ervaring die ik heb met werken bij Aegon.

18. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Hoge verwachtingen, want het moet wel een uitdagende functie zijn met alles wat ze vragen.

19. Welke van de twee vacatureteksten heeft jouw voorkeur?

De tweede van Aegon.

Waarom?

De functie klinkt leuker. Minder saai, duidelijker en uitdagender, vooral inhoudelijk dus. (19.18)

Onderzoek competenties in vacatureteksten**Respondent 19**

Aantal vragen persoonsgegevens:

- Leeftijd: 38
- Aantal jaren werkervaring in de pensioenbranche: 12
- Hoogstgenoten (al dan niet afgeronde) opleiding: WO

Algemene vragen

1. Wat zijn competenties?
Dat zijn vaardigheden, bekwaamheden (1.19).
2. Schetsen competenties in vacatureteksten een eerlijk beeld van de betreffende functie?
Nee, vacatureteksten worden vaak geromantiseerd en worden dus vaak mooier voorgesteld dan dat ze in werkelijkheid zijn. Net zoals veel kandidaten hun CV opblazen.(2.19)
3. Welke rol spelen competenties in vacatureteksten bij jouw zoekgedrag naar een interessante functie?
Niet, ze spelen voor mij geen rol. Als ik zoekende zou zijn, dan ga ik meer uit van mijn eigen kracht en ik kijk naar de klik met de personeelsfunctionaris met wie ik te maken heb. Dat vind ik veel belangrijker dan competenties.(3.19)
4. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de beste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Als ze competenties vragen in een vacaturetekst dan vind ik het belangrijk dat deze reëel zijn en passen bij de functie. Met reëel bedoel ik verder dat je ze echt nodig hebt om de functie goed te kunnen uitoefenen.(4.19)
5. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de slechtste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Als ze competenties verlangen die niet nodig zijn. Ik bedoel hiermee dat als ze klantvriendelijkheid vragen dat je in die functie ook echt contact met klanten moet hebben en dat je in de betreffende functie niet alleen maar achter de computer moet zetten en misschien heel af en toe eens een telefoontje moet plegen. (5.19)
6. Hoe leidend zijn de genoemde competenties in de vacaturetekst voor jou om op een functie wel of niet te solliciteren? Waarom wel/niet?
Ze zijn voor mij niet leidend, meestal volg ik mijn intuïtie of een functie wel of niet bij mij past. Het feit dat een bedrijf te hoog van de toren blaast bij het vragen naar competenties negeer ik. (6.19)

Verschil mediabron vacaturetekst

7. Vind je het belangrijk dat je direct een volledig beeld van een functie krijgt? Met andere woorden ga je voor de volledigheid nog verder op zoek naar informatie, bijvoorbeeld op de internetsite van de organisatie?
Ik zou niet zelf meer informatie over de functie gaan zoeken. Het gevaar bestaat dat je een ander beeld kunt krijgen van de werkelijkheid. Ik zou in een gesprek bij de bron zelf, een gesprek met iemand van het bedrijf bijvoorbeeld de personeelsfunctionaris, alles willen weten.(7.19)
8. Ga je daarbij specifiek op zoek naar competenties die belangrijk zijn voor de functie?
Nee, zoals ik net al aangaf zijn competenties voor mij niet leidend, ik ga op mijn gevoel af.

9. Zie je verschillen in het benoemen van competenties als je kijkt naar vacatures in verschillende media; krant (print)/vacaturesite/website/organisatie? Wat valt je daarin op?

Het valt mij op dat alle media en alle bedrijven toch het schaap met vijf poten zoeken. Daar moet je doorheen prikken. Persoonlijkheid van het bedrijf vind ik erg belangrijk.(9.19)

10. Hoe belangrijk vind je de inhoud van de vacaturetekst als je de bedrijfsnaam en de functie hebt gelezen?

1:heel onbelangrijk

2:onbelangrijk

3:neutraal

4: belangrijk

5: zeer belangrijk

Waarom?

De naam van het bedrijf geeft mij direct al een bepaald stempel en profilering van de functie. Dat komt ook doordat ik door mijn ervaring veel werkgevers in mijn branche ken. Meestal kan ik aan de hand van de naam al het een en ander inschatten van de functie. De inhoud verder blijft natuurlijk wel belangrijk. Dit geeft toch aanvullende informatie.(10.19)

Bij vacaturetekst 1: pensioenspecialist bij het Pensioenfonds horeca&catering

11. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:

1:slecht

2:matig

3:redelijk

4:goed

5:uitstekend

Waarom geef je dit cijfer? Ik zou pensioenspecialist veranderen in pensioenjurist. Het gevraagde profiel komt namelijk niet overeen met het leeuwendeel van de pensioenspecialisten.

12. Welke competenties herken je in deze tekst?

Gedreven en leergierig, uitstekende schriftelijke vaardigheden, resultaatgericht, analytisch en klantgericht, betrokken en goed kunnen samenwerken.

(8 competenties, 12.19)

13. Wat zeggen deze competenties jou?

Eigenlijk zeggen ze mij niet veel. In negen van de tien vacatureteksten kom je deze tegen. Vaak oefenen mensen de gevraagde functie uit met een manco in een van de gevraagde competenties. Met andere woorden, de meesten bezitten toch niet alle competenties en heel erg eisend zijn werkgevers er blijkbaar niet in. (13.19)

14. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Ook hier zoeken ze het schaap met vijf poten.

Bij vacaturetekst 2: relatiebeheerder bij Aegon

15. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:

1:slecht

2:matig

3:redelijk

4:goed

5:uitstekend

Waarom geef je dit cijfer?

Het is een neutrale beschrijving. Mensen met verschillende en afwijkende competenties komen in aanmerking voor de functie. Dat komt doordat er in verschillende tekstonderdelen wat genoemd wordt wat ze blijkbaar belangrijk vinden binnen het bedrijf en de afdeling. Onder het kopje van de functie staat nog wel iets van 'je bezit...'. Daar zijn ze wat explicieter in wat ze vragen.

16. Welke competenties herken je in deze tekst?

Samenwerken, zelfstandig, professioneel, assertief (die leidt ik af van wat de taken die ze beschrijven; commerciële en dienstverlenende contacten en dergelijke).

(4 competenties, 12.19)

17. Wat zeggen deze competenties jou?

Weinig eigenlijk; dit is ook weer een beetje standaard wat er gevraagd wordt.(17.19)

18. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Die functie die bij elke verzekeraar en pensioenuitvoerder aanwezig is.

19. Welke van de twee vacatureteksten heeft jouw voorkeur?

Die van Aegon.

Waarom?

Ik vind persoonlijk dat de eerste vacature veel ongewenste pensioenspecialisten aantrekt. Die gaan namelijk af op de functienaam en zoals ik straks zei zou ik die zelf veranderen in pensioenjurist. Dan benadruk je het juridische veel meer. De tweede vacature is geen bijzondere functie voor een pensioenverzekeraar en dat merk je ook op in de vacaturetekst. Die geeft op zich ook niets bijzonders weer, maar vind ik dus wel passen bij de vacature. Ik heb bij deze ook wat minder het gevoel dat ze het schaap met de vijf poten zoeken.(19.19)

Onderzoek competenties in vacatureteksten**Respondent 20**

Aantal vragen persoonsgegevens:

- Leeftijd: 27
- Aantal jaren werkervaring in de pensioenbranche: 2 jaar
- Hoogstgenoten (al dan niet afgeronde) opleiding: WO.

Algemene vragen

1. Wat zijn competenties?
Eigenschappen en vaardigheden (1.20) die iemand kan bezitten en ontwikkelen. Deze worden gebruikt om te bepalen of iemand een bepaalde match met een functieprofiel zou kunnen zijn.
2. Schetsen competenties in vacatureteksten een eerlijk beeld van de betreffende functie? *Vaak niet, de bedrijfscultuur is vaak van belang voor het bepalen van de benodigde competenties. Deze cultuur blijkt naar mijn mening te weinig uit vacatures. Op basis van ervaring kan ik de omschrijving redelijk vertalen naar een eerlijk beeld.(2.20)*
3. Welke rol spelen competenties in vacatureteksten bij jouw zoekgedrag naar een interessante functie? *Weinig omdat ze in mijn ogen niet betrouwbaar zijn. Belangrijker is het een beeld te krijgen van de persoon die ze zoeken en welke kant ze met die persoon opwillen. Dat zou, denk ik best kunnen met competenties maar niet alleen maar hiermee. Cultuur speelt volgens mij ook een hele belangrijke rol.(3.20)*
4. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de beste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Hij dient ze te gebruiken als extra verduidelijking bij het schetsen van het bedrijfsprofiel. Bijvoorbeeld: 'wij zijn een.....organisatie en daarom zoeken wij een ...' en dan wat uitleg geven over hoe ze dat bedoelen.
5. Wat vind je voor de opsteller van de vacaturetekst de slechtste manier van omgaan met competenties in een advertentie?
Benoemen zonder uitleg en zonder aan te geven waarvoor die competenties binnen de betreffende organisatie dienen.(5.20)
6. Hoe leidend zijn de genoemde competenties in de vacaturetekst voor jou om op een functie wel of niet te solliciteren? Waarom wel/niet?
Wanneer de competenties tezamen met de cultuur een bepaald beeld geven zijn ze voor mij leidend. Wanneer ze gebruikt worden om de functieomschrijving te verduidelijken minder. In combinatie met het beeld van de organisatiecultuur snap ik veel beter hoe ik naar de gevraagde competenties moet kijken.(6.20)

Verschil mediabron vacaturetekst

7. Vind je het belangrijk dat je direct een volledig beeld van een functie krijgt? Met andere woorden ga je voor de volledigheid nog verder op zoek naar informatie, bijvoorbeeld op de internetsite van de organisatie?
Ja, ik kijk altijd ook naar de website van de organisatie. Vooral om een beeld te krijgen van de cultuur, want die kun je meestal uit de vacaturetekst niet opmaken.(7.20)
8. Ga je daarbij specifiek op zoek naar competenties die belangrijk zijn voor de functie?
Nee, wel naar de bedrijfscultuur dus in dat opzicht weer wel. Ik bedoel die twee staan toch niet echt los van elkaar. Vaak zie je in de cultuur terug welk type past bij een organisatie, bijvoorbeeld als het heel commercieel is of erg gedreven.(8.20)
9. Zie je verschillen in het benoemen van competenties als je kijkt naar vacatures in verschillende media; krant (print)/vacaturesite/website/organisatie? Wat valt je daarin op?

Ja, er zijn veel vacatures die competenties lijken te gebruiken, om maar iets te noemen. Ik zie daarin alleen maar weinig aansluiting met de daadwerkelijke werkomgeving. Zowel krantenadvertenties als vacatures op internet gebruiken competenties, daar zie ik niet echt verschil in.

10. Hoe belangrijk vind je de inhoud van de vacaturetekst als je de bedrijfsnaam en de functie hebt gelezen?

1:heel onbelangrijk

2:onbelangrijk

3:neutraal

4: belangrijk

5: zeer belangrijk

Waarom? Als het voor mij de enige informatie is, vind ik de inhoud belangrijk, maar als ik via iemand anders persoonlijk een beeld geschetst krijg, dan is een vacaturetekst voor mij helemaal niet belangrijk meer. Die informatie via andere mensen vind ik veel belangrijker en daar kan een advertentie niet tegenop.(10.20)

Bij vacaturetekst 1: pensioenspecialist bij het Pensioenfonds horeca&catering

11. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:

1:slecht

2:matig

3:redelijk

4:goed

5:uitstekend

Waarom geef je dit cijfer?

Uit deze tekst blijkt duidelijk welk soort persoon ze zoeken.(11.20)

12. Welke competenties herken je in deze tekst?

Leergierigheid, betrokkenheid, teamplayer (hoewel dit in mijn ogen een minder belangrijke competentie voor de functie is).

(3 competenties, 12.20)

13. Wat zeggen deze competenties jou?

Ze geven me een helder beeld van de functie; wat ze willen en wat ze belangrijk vinden om te kunnen voor deze functie.

14. Welke verwachting roepen deze in jou op?

Een omgeving waarin ik op kennisniveau de mogelijkheid krijg om te groeien. Dat maak ik op uit woorden als leergierig.

Bij vacaturetekst 2: relatiebeheerder bij Aegon

15. Geef deze vacaturetekst een waardering op de schaal van 1 tot 5 m.b.t. de informatieverstrekking over de functie:
1:slecht
2:matig
3:redelijk
4:goed
5:uitstekend
Waarom geef je dit cijfer?
Dit vind ik typisch een tekst die niet aansluit bij de uiteindelijke functie. Er wordt zoveel tekst genoemd waarin van alles fantastisch wordt voorgesteld. Ik krijg de indruk dat het allemaal wat overdreven is en vraag me af of ze een eerlijk beeld van functie schetsen. (15.20)
16. Welke competenties herken je in deze tekst?
Initiatief tonend, zelfstandig, mondeling vaardig, commercieel
(4 competenties, 16.20)
17. Wat zeggen deze competenties jou?
Ik heb een redelijk beeld van de functie. Ze vertellen wel veel over de werkomgeving, maar ik weet niet helemaal goed hoe ik het moet interpreteren. Het klinkt allemaal wat te mooi, wat overdreven. Geen idee of het wel een eerlijk beeld geeft. Daarvoor zou ik liever iemand spreken die ooit eens bij Aegon gewerkt heeft of er nu werkt. (17.20)
18. Welke verwachting roepen deze in jou op?
Een omgeving waarin in tegenstelling tot de functieomschrijving weinig ruimte is voor initiatief. Ik vind dat de tekst daarvoor veel te stellig is opgesteld. Mijn indruk is dat de organisatie ook zo is en dat betekent weinig ruimte voor initiatief.
19. Welke van de twee vacatureteksten heeft jouw voorkeur?
De eerste.
Waarom?
Die geeft een eerlijker beeld. (19.20)

Bijlage 5: Codeerschema

Fragment	Kernlabel	Dimensie	Lading	Respondentnummer
1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.6, 1.7, 1.9, 1.10, 1.12, 1.13, 1.14, 1.15, 1.16, 1.18, 1.19, 1.20	Herkenbaarheid competentie	Wat zijn competenties?	Vaardigheden	1, 2, 3, 4, 6, 7, 9,10, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 20
1.2, 1.19 1.8			Bekwaamheden, Gebieden waar je goed in bent, Kwaliteiten	2, 19 8
1.5				5
1.2			Niveau waarop je werkt	2
1.2			Ervaring	2
1.3, 1.7, 1.12 1.16			Kennis, Vakinhoudelijke kennis	3,7, 12 16
1.4, 1.12, 1.20 1.11			Eigenschappen Benodigde eigenschappen	4, 12, 20 11
1.17			Waarneembaar gedrag	17
12.1, 16.1		Aantal herkende competenties vacature 1 en 2	7 en 3	1
12.2, 16.2			4 en 3	2
12.3, 16.3			9 en 14	3
12.4, 16.4			3 en 1	4
12.5, 16.5			5 en 5	5
12.6, 16.6			6 en 4	6
12.7, 16.7			5 en 6	7
12.8, 16.8			8 en 6	8
12.9, 16.9, 12.15, 16.15			6 en 5	9, 15
12.10, 16.10			5 en 4	10
12.11, 16.11			9 en 5	11
12.12, 16.12			7 en 8	12
12.13, 16.13			5 en 3	13
12.14, 16.14			5 en 8	14
12.16, 16.16			4 en 2	16
12.17, 16.17			8 en 5	17
12.18, 16.18			4 en 4	18
12.19, 16.19			7 en 4	19
12.20, 12.20			3 en 4	20
4.1, 15.1, 19.1, 4.2, 19.2, 19.3, 4.6,11.6,19.8, 4.10,19.10, 19.13,15.14,4.15 , 4.17,11.17,4.18	Aantrekkelijkheid vacatureteksten	Positieve/sterke punten ; goede manier uiting vacaturetekst	Duidelijk zijn	1, 2, 3, 6,8,10,13,14, 15,17,18
6.1, 4.2, 4.13, 4.16, 4.19			Competenties moeten later terug te vinden zijn in de functie	1, 2,13,16, 19

COMPETENTE VACATURES

Een onderzoek naar de waarde van competenties in vacatureteksten vanuit het perspectief van werkzoekenden

Fragment	Kernlabel	Dimensie	Lading	Respondentnummer
17.1			Bekende competenties zijn duidelijk qua verwachtingen	1
4.2, 4.8 14.6, 10.11, 19.11, 7.13, 9.13,4.17, 11.17 , 19.17			Kort en puntsgewijs Kort en krachtig	2, 8 6, 11, 13, 17
6.8,8.8			Opleiding noemen als competentie	8
4.2, 6.2, 18.2			Ervaring moet gevraagd worden	2
4.3 4.7, 15.7			Competenties moeten extra informatie geven over essentie van de functie, Competenties niet generiek noemen, maar kenmerkend voor werkgever/bedrijfscultuur	3 7
7.3, 4.12, 11.12, 19.12, 10.5, 15.5 19.5, 4.9, 19.9, 10.15 7.7, 10.7, 10.10, 6.20, 7.13, 3.17, 6.17, 11.4,19.5,15.18			Complete vacature, Informatie geven over functie inhoud en structuur bedrijf, Volledig beeld geven is optelsom van vacature, inhoud en extra informatie over bedrijf	3, 12 5, 9 7 10, 13, 15, 17, 20 4, 5, 18
2.4, 4.3, 4.7, 4.14, 8.14,2.15, 4.17, 4.18, 4.19			Kerncompetenties noemen	3,4, 7, 14, 15, 17, 18, 19
3.4, 8.4, 10.5, 19.5, 5.8, 4.9, 10.9, 11.10, 4.11, 10.12, 11.12, 3.13, 11.13, 10.14,10.16, 10.18			Functie inhoud weergeven	4, 5, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 18
19.7, 3.12, 19.12, 15.12, 15.14, 8.18, 19.18			Uitdaging bieden, doorgroeimogelijkheden noemen	7, 12, 14, 18
4.10, 4.13, 14.15, 4.16, 4.18			Niet teveel competenties	10, 13, 15, 16, 18

COMPETENTE VACATURES

Een onderzoek naar de waarde van competenties in vacatureteksten vanuit het perspectief van werkzoekenden

Fragment	Kernlabel	Dimensie	Lading	Respondentnummer
2.1, 5.1, 2.6, 2.9, 6.9, 2.13, 13.14, 2.18, 2.19, 9.19		Negatieve/zwakke punten van de uiting van een vacaturetekst	Mooier beeld schetsen dan de werkelijkheid	1, 6, 9, 13, 14, 18, 19
13.1, 17.2, 5.3, 5.5, 9.5, 5.6, 5.7, 2.7, 9.7, 10.7, 11.7, 11.9, 13.9, 17.9, 5.14, 5.15, 13.19			Competenties die niet onderscheiden, standaard nietszeggende competenties, algemene competenties	1, 2, 3, 5, 6, 7, 9, 14, 15, 19
5.2, 15.2, 11.10, 5.14, 5.15			Onduidelijke, vage tekst	2, 10, 14, 15
2.3, 5.3, 15.3, 17.3, 18.3, 2.4, 2.9, 6.9, 11.9, 5.12, 2.13, 5.13, 2.16, 2.17, 5.17, 2.18, 5.18, 5.19, 6.19, 9.19, 17.20			Teveel competenties vragen	3, 4, 9, 12, 13, 16, 17, 18, 19, 20
14.5, 5.11, 15.16			Geen duidelijke beschrijving van de werkzaamheden geven	5, 11, 16
5.9			Relatieve begrippen gebruiken	9
19.9			Arrogant overkomen	9
5.10, 5.20			Weinig informatie/uitleg bij competenties geven	10, 20
15.11, 11.12, 19.13, 15.15, 19.15			Tekst niet te lang	11, 12, 13, 15
5.12, 5.16, 2.17			Onjuiste competenties vragen	12, 16, 17
5.14			Geen competenties noemen	14
2.4, 2.19		Schetsen competenties een eerlijk beeld	Nee	4, 19
2.1, 2.2, 2.5, 2.6, 2.7, 2.9, 2.11, 2.13, 2.15, 2.16, 2.17, 2.18, 2.20			Vaak niet/niet altijd	1, 2, 5, 6, 7, 9, 11, 13, 15, 16, 17, 18, 20
2.3			Deels	3
2.10, 2.12, 2.14			Ja	10, 12, 14
2.8			Verschillend	8

Fragment	Kernlabel	Dimensie	Lading	Respondentnummer
		Beoordeling vacaturetekst 1	1: slecht	
11.1,11.4, 11.7, 11.19			2: matig	1,4,7,19
11.3,11.5, 11.9,11.10, 11.11,11.14, 11.18			3: redelijk	3, 5,9,10,11,14,18,
11.6,11.12, 11.13,11.15, 11.16, 11.17, 11.20			4: goed	6,12,13,15,16,17,20
11.2,11.8			5: uitstekend	2,8
15.8		Beoordeling vacaturetekst 2	1: slecht	8
15.2,15.3, 15.15, 15.16, 15.20			2: matig	2, 3,15,16,20
15.6,15.7, 15.11, 15.17, 15.19			3: redelijk	6,7,11,17,19
15.1,15.4, 15.5,15.10, 15.13,15.18			4: goed	1, 4, 5,10,13,18
15.9,15.12, 15.14			5: uitstekend	9,12,14
19.2,19.3, 19.6,19.8, 19.11,19.13,19.15, 19.17, 19.20		Voorkeur	Vacaturetekst 1	2, 3,6,8,9,11, 13,15,17,20
19.1,19.4, 19.5,19.7, 15.9,19.10, 19.12,19.14, 19.16, 19.18, 19.19			Vacaturetekst 2	1,4,5,7,10,12,14,16, 18, 19
10.1, 10.17, 6.18, 10.4	Relatie competenties en beeld hiermee van de organisatie	Invloed op beeld van de organisatie	Vacature geeft eerste indruk van een bedrijf, Vacature is het visitekaartje van het bedrijf	1, 17, 18 4
7.2, 10.4,2.20, 6.20, 8.20			Beeld in de vacature geeft cultuur van het bedrijf weer	2, 4,20
7.3, 7.4, 11.4,			De vacature moet een totaalbeeld van de organisatie geven, (anders haak ik af)	3, 4

COMPETENTE VACATURES

Een onderzoek naar de waarde van competenties in vacatureteksten vanuit het perspectief van werkzoekenden

Fragment	Kernlabel	Dimensie	Lading	Respondentnummer
10.5, 2.8, 4.9, 10.9,10.10,2.11, 10.12, 10.14, 10.15,9.17, 10.18,10.19			Functies kunnen bij verschillende bedrijven anders ingevuld worden, informatie over de invulling van het betreffende bedrijf is daarom belangrijk	5,8,9,10,11,12,14, 15,17,18,19
2.7, 9.7,17.9			Veel bedrijven noemen algemene competenties; die zeggen dus niets over het bedrijf	7,9
7.1,7.4, 8.5,7.6, 7.7,7.8,7.9,7.10, 8.11,7.12,8.12, 7.13,7.14, 7.15, 7.16, 7.18		Invloed van de website	Website geeft extra informatie over een bedrijf	1, 4,5,6,7,8,9,10, 11,12,13,14,15,16,18
8.1, 7.2, 7.4, 7.5, 8.6,7.11, 7.16, 7.17, 8.17, 7.20, 8.20			Website geeft uitstraling, cultuur van het bedrijf weer	1,2, 4,5,6,11,16,17, 20
8.2,8.7,8.9,8.14			Ik ga op zoek naar de belangrijke competenties	2,7,9,14
7.3, 7.19			Website is niet belangrijk, vacature moet voldoende zijn	3, 19
		Belang inhoud vacaturetekst	1: heel onbelangrijk	
			2: onbelangrijk	
10.11			3: neutraal	11
10.1,10.5,10.6, 10.7,10.8,10.9, 10.15,10.16, 10.17,10.19, 10.20			4: belangrijk	1,5,6,7,8,9,15,16, 17,19,20
10.2,10.3, 10.4, 10.10,10.12, 10.13, 10.14, 10.18,			5: zeer belangrijk	2,3,4,10,12,13,14, 18
6.1,2.4,2.6, 2.13, 13.13, 13.14, 2.16, 2.17, 2.18, 2.19, 6.19	Genoemde competenties; kerncompetenties?	Kerncompetenties	De gevraagde competenties vind je niet altijd terug in de functie	1,4,6, 13, 14, 16, 17, 18, 19
13.1,3.3,9.5,2.7, 5.7, 9.7,10.7, 11.7,13.9, 17.9,13.19, 17.19,			Algemene competenties geven vacature niets onderscheidends	1,3, 5,7,9,19

COMPETENTE VACATURES

Een onderzoek naar de waarde van competenties in vacatureteksten vanuit het perspectief van werkzoekenden

Fragment	Kernlabel	Dimensie	Lading	Respondentnummer
13.5, 17.5, 3.6, 13.6, 17.6, 2.10,3.11,13.11, 17.11, 2.12, 13.12, 2.14, 6.15, 14.15, 13.18			Aan de gevraagde competenties moet je kunnen voldoen	5,6,10,11,12,14,15,1 8
6.5,3.9			De gevraagde competenties moet je in ieder geval kunnen ontwikkelen	5,9
3.6, 3.7, 3.10 3.11, 6.12, 3.14, 6.15, 3.18, 6.20		Vergelijking met eigen competenties	Aan de gevraagde competenties kan ik zien of de functie bij mij past	6, 7,10,11,12,14, 15, 18, 20
3.2,6.2,13.2, 2.5, 6.5,3.9, 3.10, 6.10,6.11, 6.14			Competenties geven een indicatie of ik aan de eisen kan voldoen	2,5,9,10,11,14
3.8, 6.8			Er staat altijd wel een competentie tussen waar je aan voldoet	8
6.1,6.4,6.8,6.9,6. 12,6.13,6.16,6.17 ,6.19		Genoemde competenties wel of niet leidend voor sollicitatie	Niet leidend	1,4,8,9,12,13,16,17,1 9
6.2,6.3,6.5,6.6, 6.7, 6.10,6.11, 6.14,6.15,6.18,6. 20			Wel leidend	2,3,5,6,7,10,11,14, 15,18,20
3.13,6.13, 3.16, 6.16,3.19			Ik kijk niet naar de gevraagde competenties	13,16,19

Bijlage 6: Cijfers Arbeidsmarkt GedragsOnderzoek (AGO) van Intelligence Group

Onderstaande cijfers komen uit de periode juli 2007 tot en met juni 2009. Het onderzoek is afgenomen onder 1.275 werknemers in de financiële sector. (Hans Hoekstra, Intelligence Group)

De exacte vraagstellingen luiden:

- Via welk oriëntatiekanaal bent u aan uw huidige baan gekomen? (gesloten vraag, één antwoordmogelijkheid)
- Welk(e) vakblad(en)/tijdschrift(en) zou u gebruiken/gebruikt u om een baan te zoeken? (open vraag, vier antwoordmogelijkheden)

Hoe aan huidige baan gekomen

Bekenden/netwerk	21,2%
Uitzendbureau	14,4%
Dagblad/de krant	11,7%
Open sollicitatie	9,1%
Interne vacature(s)	7,8%
Werving & Selectie bureau	6,6%
Anders	6,1%
Internet: vacaturesite	5,2%
CWI (UWV Werkbedrijf)	2,8%
Internet: bedrijvensite	2,7%
Headhunter	2,7%
Via mijn stage	1,8%
Huis-aan-huisblad/lokale weekkrant	1,6%
Reïntegratiebedrijf	1,4%
Binnenlopen/bellen naar een bedrijf	1,2%
Vakblad of tijdschrift	1,1%
Internet: E-mail service (Job agent)	1,1%
School	0,9%
Bedrijfspresentatie/open dagen	0,3%
Banenbeurs/carrièrebeurs	0,2%
Internet: communities/social networksites	0,1%
Advertentie in winkel/etalage etc.	0,1%
Internet: zoekmachine/search engine	0,1%
Gouden Gids/telefoonboek	0,0%
Teletekst	0,0%
Total	100,0%

Vakbladen oriëntatie

Intermediair	8,09%
Assurantie Magazine	5,19%
Computable	2,75%
Automatisering Gids	1,40%
Elsevier	0,82%
Management Team	0,64%
Adformatie	0,64%
VB Het Verzekeringsblad	0,43%
De Beursbengel	0,40%
Gids voor Personeelsmanagement	0,33%
De Accountant	0,32%
Accountancy Nieuws	0,22%
VVP	0,20%
PW Intermediair	0,17%
VKbanen	0,17%